



JAKTEN PÅ DEN NYE NORSKE TV-HISTORIEN

Av Elisabeth Brun.

En masteroppgave i medievitenskap, ved Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.

Støttet av Fritt Ord.

Veileder: Gunnar Liestøl

01.12.2013

Sammendrag:

Dette er et praktisk-teoretisk masterprosjekt i medievitenskap. Den består av tv-serien "Dalen vår" sendt på NRK 1 våren 2013, samt en analysedel som på en kritisk-teoretisk måte reflekterer over produksjonen av tv-serien. Dette prosjektet er en NRK-producers forsøk på å frigjøre seg fra en del forslitte og dels stigmatiserende begreper og konsepter innen dagens mediedekning av flerkultur; et forsøk på å fortelle en historien om Norge som inkluderer flere inn i "den norske fortellinga". Utgangspunktet er spørsmålet; hvordan bringer man nytenkning inn i et godt etablert mediediskurs om flerkultur, en diskurs som i følge medieforskere stadig befester skillet mellom "oss og dem". Analysen undersøker hvilke dilemmaer man møter og hvilke valg som må tas, i krysspresset mellom sjangerkrav, journalistiske standarder, ambisjoner om høye seertall og et ønske om nytenkning, for å nå dette bestemte målet. Dette prosjektet utforsker om den "nye norske TV-historien" er en luftig og blåøyd utopi, eller om den er praktisk mulig å gjennomføre med suksess i dagens NRK og i dagens Norge.

Summary:

This is a practical-theoretical master thesis in media studies. It contains a TV-series called "Dalen vår" (Our valley) aired by the NRK (The Norwegian Broadcasting Company) during spring 2013. It also contains an analysis, which in a critical-theoretical way, discuss the production-process of the TV-series. This project is a TV-director's attempt of freeing herself from a media discourse about "multicultural" Norway that is full of stereotypes, clichés, and political agendas. It is an attempt of telling a TV-story that includes more people into the national "tale" of who is Norwegian. This thesis pose the question: how is it possible, in 2013, to bring new thoughts and new perspectives into a very established media discourse about multicultural Norway, a discourse which according to researchers repeatedly divide young Norwegians, with diverse cultural background, into "us" and "them". This analysis examine what kind of dilemmas a director may face, and what choices that has to be made, in the cross fire of genre criteria, journalistic standards, demands for high rating, and a wish for "thinking new". This project is exploring whether the method used in our "The new Norwegian TV-story" produces only the image of a utopia, or if it is a realistic and successful approach in telling a story about modern Norway.

Forord

Det har vært et stort løft å lage TV-serie for NRK, og på samme tid skulle analysere produksjonsprosessen medievitenskaplig teoretisk. Det er mange tankenivåer å holde styr på. Tre års hardt arbeid har nå resultert i en mastergradsoppgave. Det er mange jeg vil takke for at jeg har fått fullført dette arbeidet. Tusen takk til alle dere som sa ja til å være med i "Dalen vår"; *Heidi, Masood, Grete, Bjørn, Hoodo, Walid* og alle i dansegruppa Massive Riddim; *Aissatou, Louise, Katrin, Kelly og Fatima*. Dere gjorde en imponerende innsats. Stor takk til redaktør *Otto Haug* i NRK Østlandssendingen, som turte å tro og satse penger på denne ideen for to år siden. Takk til ideutvikler i NRK *Elin Østraat* for uvurderlig hjelp i casting og manusfase. Takk til redaktør *Oddbjørn Rosnes* for kyndige og kloke TV-faglige tilbakemeldinger. Takk til utviklingsgruppa ved NRK Østlandssendingen for spennende tanker i startfasen. Takk til arkitekt *Johan Gustavsen* og videokunstner *Carsten Aniksdal* for at dere bidro i utviklingen med friskt og framtidsrettet tankegods. Takk også *Carsten*, for den fantastiske vignetten! Stor takk til *Ole Hedemann* i NRK for god innføring i utviklingsteknikker for TV. Stor takk går også til min veileder *Gunnar Liestøl* for klarsynet og kunnskapene (h2012 –h2013). Jeg hadde ikke sett prosjektet mitt så tydelig uten deg. Takk til by-antropolog og doktorgradsstipendiat *Bengt Andersen* ved HIO, for gode diskusjoner og tilbakemeldinger. Takk til *Elisabeth Staksrud* ved Institutt for medier og kommunikasjon, UIO for frivillig veiledning da min veileder enda ikke var funnet. Takk til *Fritt Ord* for studiestipendet i vår (2013). Det betød mye for å kunne rydde plass til å skrive. Takk til *mamma og pappa* *Evy og Reimar Brun* for mat og omsorg under innspurten, da jeg satt og skrev i hjembygda mi i Vesterålen. Takk til *Kathrine Brun* for god søsterlig støtte i alle sammenhenger. Takk til min gode venn *Oddvar Nygård* for gode samtaler om prosjektet og om livet. Takk til mitt kjære TV-team *Katarina Theis-Haugan, Heidi Fjørtoft Klokk og Thomas Marthinsen* for tålmodig og stødig innsats gjennom mange måneder. Takk til *Anne Ardem* for ideen og gjennomføring av satsing på sosiale medier. Og takk til alle seerne som har gitt oss ros og konstruktiv kritikk.

TV-serien i NRKs nettspiller:

Episode 1: <http://tv.nrk.no/serie/dalen-vaar/dkoa39010111/sesong-1/episode-1>

Episode 2: <http://tv.nrk.no/serie/dalen-vaar/dkoa39010211/sesong-1/episode-2>

Episode 3: <http://tv.nrk.no/serie/dalen-vaar/dkoa39010311/sesong-1/episode-3>

Episode 4: <http://tv.nrk.no/serie/dalen-vaar/dkoa39010411/sesong-1/episode-4>

Episode 5: <http://tv.nrk.no/serie/dalen-vaar/dkoa39010511/sesong-1/episode-5>

Episode 6: <http://tv.nrk.no/serie/dalen-vaar>

Innholdsfortegnelse:

1. KAPITTEL Innledning	7
1.1. NRK-serien "Dalen vår"	7
1.2. Ideen: En ny norsk Tv-historie	8
1.3. "Drøm fra Disneyland" eller Et nytt norsk "Vi"?	9
1.4. Før/etter den 22 juli	12
1.5. NRK og "det nye Norge"	13
1.5.1. NRKs interne oppfordring	13
1.5.2. NRK-kritikk	14
1.6. Problemstilling	16
1.7. Oppgavens design	17
1.7.1. Praktisk del - Tv-serien	17
1.7.2. Analytisk del	17
1.7.3. Innsamling av data	18
1.8. Avgrensing	18
1.8.1. Ikke sjangerdiskusjon/ Ikke innvandringsdebatt	18
2. KAPITTEL Praktisk del	20
2.1. Tv-serien	20
2.1.1. Historiene	20
2.1.2. Karakterene	22
2.1.3. Seriens visjon	27
2.1.4. Et portrett også av dalen	28
2.1.5. Et portrett av medias portrett av "Dalen"	30
2.1.6. T-banen som visuell ramme	31
2.1.7. Sjanger	32
2.2. Produksjon og rammeverk	32
2.2.1. Ansvar og rollefordeling	33
2.2.2. Produksjonsprosessen	36
2.3. Personlige betraktninger	42
3. Kapittel Analytisk del	44
3.1. Teorier og tradisjoner	44
3.1.1. "Oss og dem" – diskursen om de andre	44
3.1.2. Inventio og topoi i den klassiske retorikken	47
3.1.3. Teori og design	49
3.1.4. Dokumentar som retorikk	49
3.1.5. Retorikk og innovasjon	51
3.1.6. Topos som verktøy for nyskaping	52
3.1.7. Ulmers Manifest-teori; CATTt-metoden	52
3.1.8. Medieviteren som innovatør	55
4. Kapittel - Analyse	57
4.1. Målet: Fra "oss og dem" til "Vi"	57
4.2. Kontrast – Hva skulle "Dalen vår" <i>ikke</i> være	59
4.2.1. Negasjonstopos 1 – ikke drama/konflikt	59
4.2.2. Negasjonstopos 2 - Ikke Migrapolis	60
4.3. Analogi: Groruddalen med "nye" briller	62
4.3.1. Fra nyhetslogikk til "Folk"-formatets topos	62
4.3.2. Fra nyhetslogikk til doku-såpe	64
4.4. Castingen – nytt topos-skifte	65
4.4.1. Analogi – å tenke ny kontekst	65

4.4.2. Reaksjonene internt: befriende, eller overfladisk?.....	71
4.5. Effekt: en "normalisering" av "de andre"?.....	72
4.6. Manifestet: "Formbibelen" og "Svartelista".....	74
4.6.1. "Svartelista" i praksis?.....	75
4.6.2. Mellom stigmatisering og relativisme.....	78
4.6.3. Kommentar eller ikke kommentar?	78
4.6.4. Fakta eller ikke fakta.....	79
4.6.5. Tilbakemeldinger internt.....	81
5. Sending og sosiale medier.....	82
5.1. Sending.....	82
5.2. Tilbakemeldinger på sosiale medier.....	82
5.2.1. Facebook, Instagram og Twitter	82
5.2.2. "Dalen vår" – gjør oss stolte	84
5.2.3. "Dalen vår" bekrefter fordommer	88
5.2.4. For mange innvandrere i "Dalen vår"	89
5.2.5. "Dalen vår" – virkelighetsfjern og snill	90
5.2.6. Hverdagsliv fra Groruddalen. Spennende nok?	93
6. Konklusjon	98
7. Litteraturliste	101

1. KAPITTEL Innledning



Figur 1: "Dalen vår", promobilde NRK. Foto: Carsten Aniksdal

"For 60 år siden var Groruddalen et stille bondesamfunn. I dag blir den av noen omtalt som en innvandrerghetto.. I løpet av seks uker får du møte flere generasjoner groruddøler, som sammen har opplevd den store omveltninga. For de som bor der er Groruddalen likevel "vår dal".." (programtale "Dalen vår" NRK1 2013)

1.1.NRK-serien "Dalen vår".

Våren 2013 ble TV-serien "Dalen vår" sendt på NRK1. TV-serien handlet om hverdagsliv i Norges mest beryktede dal; Groruddalen. En dal som i de siste tiår vært helt sentral i den norske innvandringsdebatten.

TV-serien vakte en del oppmerksomhet, og fikk både kritikk og ros. Enkelte mente serien var "for snill" – mens andre igjen kritiserte den for å bekrefte fordommer.

At tilbakemeldingene kom fra "begge sider" kunne imidlertid være en indikasjon på at man hadde greid det man satte seg fore; å lage *"en ny norsk TV-historie"* som brøt med en ganske tilstivnet mediediskurs om "innvandring" og "flerkultur".

Det kunne tyde på at TV-serien gikk på tvers av det polariserte mediebildet som allerede eksisterte av Groruddalen, og på tvers av forventninger til dramaturgi og sjanger som enkelte kunne ha når man sto ovenfor historier fra en så "spennende" og "aktuell" dal som Groruddalen.

1.2.Ideen: En ny norsk TV-historie

"Groruddalen er som en tikkende bombe¹ (...) som når som helst kan eksplodere i ansiktene vår", Abid Raja til Aftenposten 2011 (Slettholm, 2011).

Norske medier har i de senere år omtalt Groruddalen som en innvandrerghetto . Nesten halvparten av innbyggerne har innvandrerbakgrunn (SSB, 2013) og dalen har siden begynnelsen av nittitallet hatt medienes oppmerksomhet av den grunn.

I nyhetsmedienes polariserende språk har dalen blitt omtalt som *"en innvandrerghetto eller en multikulturell idyll, et skrekk-kabinett over mislykket integrering eller et monument over kulturer som befrukter hverandre "* sitat Dagsrevyen, vist i "Dalen vår" ep5. (Brun, 2013a).

Groruddalen er blitt den norske innvandringsdebattens symbolområde nummer en.

Groruddalens posisjon i innvandringsdebatten har tiltrukket seg mange samfunnsforskere, og Groruddalen i norske medier kommenteres slik i boka "Den Globale Drabantbyen";

"Feltet er voldsomt politisert, og invaderes av massemediale debatter og nyhetsoppslag i den grad at det legges press på forskere om at de skal forholde seg aktivt til medieskapte problemstillinger..." (Alghasi et al., 2012).

Det var med lignende tanker vi valgte dalen som scenario for vår fortelling.

¹ Endret fra "klokke". Red.anm.

Målet vårt for TV-serien "Dalen vår" var på ingen måte å fortelle en innvandrerhistorie. Vi ville fortelle en norsk samtidshistorie; om et lite stykke Norge anno 2013.



Figur 2. "Dalen vår" ep.1. Skjermdump fra NRK nett-spiller.

Med "Dalen vår" ønsket vi å tenke nytt når det gjaldt TV-fortellinger om et Norge som ikke lengre bare er hvitt. Å fortelle en urban samtidshistorie som ikke skilte mellom "oss" nordmenn og "de andre" som har innvandrerbakgrunn (Eide and Simonsen, 2004), og som inkluderte flere inn i "den norske fortellinga". Mange nordmenn med "innvandrerbakgrunn" har strengt tatt ikke vandret noe sted. Norge er hjemme. Og NRK er Norges allmennkringkaster. NRK har med andre ord et ansvar for å gi denne nye generasjonen et inkluderende TV-tilbud (Biørnstad, 2013(Biamont, 2011).

Derfor mente vi det var på høy tid å lage en ny norsk TV-historie som var i takt med samtida, en fortelling om Norge som denne nye generasjonen nordmenn også kunne føle seg hjemme i.

1.3."Drøm fra Disneyland" eller Et nytt norsk "Vi"?

"Hvorfor "Dalen vår": den heteste debatten er den mellom "oss" og "dem", om nasjonal identitet og det som er norsk", Innsalgsdokument NRK (Brun, 2011)

I kjølvannet av økningen i innvandring de siste tretti år har vi i norske medier (som i andre deler av Europa) hatt en omfattende og opphetet diskusjon rundt norsk identitet og norske nasjonale fortellinger under press.

Hvem er "vi", hva er norskhet, hva skal defineres inn under det å være nordmann? Hvilke verdier skal vi holde fast på i trøkket av påvirkning fra andre kulturer?

Retorikken rundt dette har til tider vært tilspisset.

Medieforskere mener det i dag pågår en retorisk kamp om retten til å definere det flerkulturelle Norge (Eide and Simonsen, 2004).

En av de mest omdiskuterte og kjente debattinnleggene kom fra Frp's Christian Tybrings Gjedde i 2010:

"Hva var galt med norsk kultur, siden Arbeiderpartiet vil erstatte den med flerkultur...Som er rotløshet satt i system og som vil rive landet vårt i filler"

"Norsk kultur er summen av det vi feirer på 17. mai: Felles land, historie, tradisjoner, språk, høytider, religionsbakgrunn, verdigrunnlag, kulturarv, lovverk, valuta, skikk og bruk, flagg, oppvekst, forsvar, nasjonalsang, kongehus, landslag og tusen andre små og store ting som utgjør et kulturfellesskap-.."

"..hva er målet med å dolke vår egen kultur i ryggen.Vi som er glad i Norge og som verdsetter tilhørigheten og identiteten landets kulturelle fellesskap representerer, ser med undring og uro på hvordan dette fellesskapet forvitrer og undergraves av en innvandringspolitikk uten bærekraft." (Gjedde and Andersen, 2010).

Samtidig i den offentlige debatten har det vært etterlyst en ny type tenkning i forhold til nasjonal identitet og nasjonalt felleskap.

Mange mener løsningen på identitetskonflikten har vært ei slags nasjonal redefinering av det norske selvet.

En innsnevret forståelse av "vi" svekker betydningen av det norske. Vi kan ikke bare være de av oss som ser ut som nordmenn gjorde for 50 år siden. Et begrensende vi reduserer det norske og hindrer det norske fra den naturlige endring og vekst som skjer for at begrepet norsk skal høre til Norge (Støre, 2007).

I denne diskusjonen har "Det nye "vi" "og "Det Nye Norge" blitt velkjente begreper (Eide and Simonsen, 2004) (Støre, 2007) . I disse begrepene ligger ønske om å inkludere noen som har vært "de andre" inn i det nasjonale fellesskapet Norge (Eide and Simonsen, 2004) . Mange av dem som tidligere har vært definert utenfor, må nå defineres innafor dersom vi skal unngå konflikt og fremmedgjøring .

"Slik har også unge nordmenn det i 2011 (om hverdagsrasisme red.anm.), de opplever å stå utenfor. "Det norske vi" er tidvis pinetrangt...." (Aamas, 2011).

Det har vært snakket om behovet for en ny norsk identitet.

"Det er to hovedmåter samfunnet endrer seg på i retning av en ny, moderne norsk identitet. Den ene er gjennom politiske vedtak. Den andre gjennom å endre mentaliteten" (Aamas, 2011)

Så hvordan endrer man mentaliteten i et samfunn?

I denne identitetsgranskningen spiller mediefortellingene en sentral rolle, viser forskning. Samfunnsforskeren Benedict Andersson viste presist hvordan mediefortellingene har mye å si for dannelsen av nasjonal identitet og nasjonalfølelse (Anderson, 1991). Identitet består av fortellinger om oss selv.

Journalister, forskere, politikere og kommentatorer har derfor lenge etterlyst en type mediefortellinger om Norge. Fortellinger der det flerkulturelle fremstilles som noe naturlig og hverdagslig, og ikke et problem eller ei utfordring som må tas tak i. Fortellinger som beveger mediediskursen om flerkultur mot et inkluderende VI, framfor å hvile på et bakenforliggende "oss" og "dem" (Eide and Simonsen, 2004, Eide and Simonsen, 2007, Bjørnsen, 2011) (Aamas, 2011).

Spesielt etter terroren den 22 juli ble dette "nye vi" trukket frem.

1.4.Før/etter den 22 juli

Rosemarsjen og samholdet i kjølvannet av terroren den 22 juli fikk mange nordmenn med innvandrerbakgrunn til å føle seg som en del av det norske "vi"-et. Adopterte og norsk-vietnamesiske Dang Trinh uttalte på Facebook noen dager etter terroren at *"han aldri hadde følt seg så norsk som etter 22. Juli"*.



Figur 3. Skjermdump fra Facebook 01.12.2013.

Flere av terrorofrene hadde foreldre med innvandrerbakgrunn. Vi delte sorgen, og smerten over tapene. Noen snakket om en raus norsk nasjonalisme (Skirbekk, 2011). Mange trodde på et varmere og mer inkluderende "vi".

I sin kommentar i Morgenbladet juni/august 2012 skrev samfunnsdebattanten Louiza Louhibi at hun trodde de hatefulle ytringene på nettet ville roe seg etter 22. Juli. Hun konstaterte at så ikke skjedde, og anmodet mediefolk og debattanter om å "vokte sine ord" (Louhibi, 2012).

I dag konstaterer journalister og forskere med at lite har endret seg i samfunnsdebatten etter 22 juli. Riktignok har retorikken i det politiske system roet seg, mediehusene har strammet inn når det gjelder hatinnlegg i kommentarfeltene sine, men samfunnsdebatten og medienes dekning av innvandring er ikke radikalt forskjellig fra tidligere (Simonnes, 2012).

Retoriske spissformuleringer er fortsatt utgangspunkt for folks bilde av det "nye Norge.

Spørsmålet er da: mellom "skrekk-kabinett over mislykket integrering", og "multikulturell idyll" befinner seg ikke tusenvis av hverdagshistorier som aldri når frem til kronikkplass, debattspalter, og i alle fall ikke kommentarfeltene. Mellom "blåøyd venstrevridd propaganda" og "skrekkszenarier" og "Eurabia-teorier" finnes det kanskje en normalitet verdt å vise frem?

1.5.NRK og "det nye Norge"

1.5.1. NRKs interne oppfordring

Etter 22 juli rystet oss sa Bjerkaas til sine medarbeidere i et internskriv:

"- Det som skjedde i regjeringsskvartalet og på Utøya, kjem til å forandre norsk offentlegheit.- Eg veit ikkje korleis, men som ein lisensfinansiert allmennkringkastar må vi vere framoverlente og lydhøre. Det handlar både om kva for rolle NRK skal ha i den nye offentlegheita, og korleis vi skal vere med å definere denne" (Bjerkaas, 2011)

Bak denne uttalelsen er vissheten om at NRK som Norges allmennkringkaster ikke bare speiler virkelighet, men også skaper den.

NRK har en sentral rolle i å speile befolkningen samt skape virkelighet i den flerkulturelle diskursen i Norge. Når Norges befolkning forandrer seg må også NRK gjøre det (Bjørnsen, 2012).

Men befolkningen endrer seg raskere enn NRK og mediene i Norge for øvrig klarer å henge med på (Bjerkaas, 2012).

1.5.2. NRK-kritikk

Denne interne vissheten bekreftes av kritikk fra ytre kilder.

I en kommentar skrevet for Utrop i 2011, blir det sagt at NRK har gjort ” *for lite for å tilpasse seg den flerkulturelle virkeligheten*”, *en virkelighet som er særlig merkbar ”og spennende” rundt Oslo og de andre storbyene* (Biamont, 2011).

Det skrives at en times magasinprogram (Migrapolis) og en rekruttering av flerkulturelle reportere (FleRe) ikke lenger er nok. Biamont etterlyser TV-programmer på NRK der interaksjon mellom ”flerkulturelle” og norske” fremstilles som noe hverdagslig og naturlig (Biamont, 2011).

I følge denne kommentatoren medgir ledelsen i NRK at det ville ta tid før endringene internt vil stå i stil med den rivende utviklingen samfunnet går igjennom (Biamont, 2011).

Dette etterslepet bekreftes av nylig forskning gjort på NRKs dekning av flerkultur (Bjørnsen, 2012). NRK har ikke vært flinke nok til å møte den nye generasjonen ungdom med innvandrerbakgrunn, mener forsker Gunn Bjørnsen. Hun er i ferd med å ferdigstille en doktorgrad basert på feltstudier over flere år i NRK.

”NRK er i midt i en prosess der kanalen forsøker å finne sin identitet i et raskt skiftende og sammensatt og mangfoldig samfunn” (Bjørnsen, 2012).

Bevisstheten rundt dette er altså helt klart til stede i statskanalen, og har blitt stadig tydeligere internt i NRK. I et internskriv i januar 2013 skrev NRKs mediedirektør Annika Bjørnstad at NRK har plikt til å møte denne nye generasjonen med tilbud og fortellinger de kan kjenne seg igjen i. Hun tar utgangspunkt i sine barns flerkulturelle oppvekst i Groruddalen, Oslo, og skriver at ”De” er det nye ”vi” og NRK har et ansvar for å møte denne nye målgruppa med tilbud som inkluderer dem i det norske samfunnet (Bjørnstad, 2013).

”Denne jentegjengen speiler norsk virkelighet i dag. De representerer et ”vi” som min bonusdatter Hannah aldri splitter i nasjonaliteter eller begreper som ”vi” og ”de. De er alle individer som ikke representerer noen grupper...” (Bjørnstad, 2013)

Bjørnstad skriver videre at det er NRKs utfordring at kanalen må forstå og speile denne virkeligheten, for at NRK skal være relevant for denne jentegjengen i fremtiden. NRK må

ikke bidra til stereotypier eller generaliseringer gjennom gruppekonstruksjoner som ikke gir identitet (Biørnstad, 2013).

1.6.Problemstilling

TV-serien "Dalen vår" var tenkt som et svar på denne kritikken, og som en direkte respons på Hans Tore Bjerkaas sin interne oppfordring. Prosjektet og ideprosessen var riktignok i gang da 22. Juli –terroren skjedde, men retningen ble ytterligere bekreftet av signalene fra NRK-ledelsen i kjølvannet av tragedien.

Derfor var det kanskje ikke så overraskende at NRK var raske til å si ja takk, da ideen om å lage en TV-serie fra Groruddalen ble presentert våren 2012. *Ønsket* om nytenkning innafor feltet flerkultur var til stede.

Selve produksjonen på sin side ble et interessant stykke navigasjonsarbeid. Det krever fokus å lage noe friskt og nytt innafor et temaområde som er så politisk betent. Ikke i minst var det vanskelig å drive retorisk innovasjon innafor de rammebetingelsene som finnes i NRKs produksjonssystem.

I krysspress mellom sjangerkrav, journalistiske standarder, ambisjoner om høye seertall og et mål om å nå det brede lag av folket – prime time 20:15 på NRK 1, var det ei utfordring å navigere i dette "minefeltet" som er knyttet til temaene innvandring, flerkultur og Groruddalen da det var mange krefter som ville plassere fortellingen i vante båser.

Ideen om å skrive en masteroppgave om prosessen ble til da utfordringene knyttet til rammebetingelser og nytenkning begynte å tre frem.

Denne oppgaven skal derfor analysere produksjonsprosessen, og utforske hvilke valg vi måtte ta for å frigjøre oss fra en del etablerte og dels stigmatiserende konsepter og begreper i gjeldende mediediskurs om innvandring og om Groruddalen.

Oppgaven skal tydeliggjøre hvilke innovative grep som ble gjort for å nå målet, og diskutere hvorvidt vi greide det vi satte oss fore.

Denne oppgaven er skrevet vel vitende om at dokumentarister og tv-producere også driver med retorikk.

1.7.Oppgavens design

”Jakten på den nye norske TV-historien” er et praktisk-teoretisk prosjekt og derfor todelt. Den består av en praktisk del og en analysedel. Produksjonsprosessen henger tett sammen med det ferdige resultatet.

1.7.1. Praktisk del - Tv-serien

TV-serien ”Dalen vår” inngår som en del av denne masteroppgaven. Den består av 6 x 29 minutter, og ble sendt på NRK 1 tirsdager kl 20:15, i tidsrommet 5. mars 2013 - 16 april 2013.

TV-serien legges ved den skriftlige delen av oppgaven i form av både dvd’er og nett-lenker.. Dette for å sikre at materialet er tilgjengelig for ettertiden, også dersom NRK om noen år skulle fjerne serien på nett. Pr. i dag er hele serien tilgjengelig i NRKs nett- spiller

Den praktiske delen vil i tillegg bestå av en oppsummering av TV-historien, en presentasjon av persongalleriet og en beskrivelse av rollefordeling og begrepsunivers i produksjonsprosessen.

1.7.2. Analytisk del

Analysedelen presenterer medievitenskapelige teorier og tradisjoner som ligger til grunn for analysen av produksjonsprosessen. Elisabeth Eides forskning på norske nyhetsmediers ”oss” og ”dem”-retorikk vil være sentral. Det samme vil teori om klassisk retorikk, og nyere teori om klassisk retorikk som design-teori og kilde til retorisk innovasjon. Ulmers CATTT-metode vil benyttes til å belyse hvilke innovative grep vi gjorde underveis i produksjonen av ”Dalen vår”.

1.7.3. Innsamling av data

I forbindelse med analysen gjorde jeg følgende datainnsamling:

1.7.3.1. Intervjuer

Kvalitative intervjuer med redaktører, sjefer og enkelte i produksjonsteamet, for å belyse de ulike avgjørende retoriske valg som ble tatt underveis. Dette inkluderer temaer som sjangerkrav og programkriterier for den aktuelle flaten som tv-serien gikk i. Jeg har dokumentasjon på disse kriteriene gjennom strategidokumenter og "programkompass" utstedt av NRK.

1.7.3.2. Ukentlig logg

Underveis i selve produksjonsprosessen har jeg skrevet en ukentlig logg som har vært sendt til alle sjefer og teammedarbeidere involvert i prosjektet. Jeg har også loggført enkelte diskusjoner underveis som har vært viktige for produktet.

1.7.3.3. Tilbakemeldinger på sosiale medier

Tv-serien har generert en del aktivitet både i kommentarform og på Twitter. Serien har også en egen Facebook-side, en egen Twitterkonto og en Instagramkonto. Det har vært satset spesielt på sosiale medier i denne produksjonen og en god del tilbakemeldinger kommer inn gjennom disse kanalene. Dette materialet blir ikke kvantitativt undersøkt, men jeg ønsker å gjøre et utvalg av tilbakemeldinger som sannsynliggjør om jeg har lykket eller ikke med intensjonen i prosjektet.

1.8. Avgrensing

1.8.1. Ikke sjangerdiskusjon/ Ikke innvandringsdebatt

Det er mye som er interessant å diskutere i forhold til denne tv-produksjonen. Serien har fått kritikk fra flere hold.

En av påstandene har vært knyttet til sjanger; at tv-serien var en "mockumentary" – samt at den var "virkelighetsfjern" (Sørvik, 2013). Dette er kritikk som har fått tilsvaret.

I denne oppgaven diskuterer vi ikke hvor "Dalen vår" plasserer seg rent sjangermessig. Jeg kommer til å gjøre kort rede for hvilken sjanger vi mener å plassere oss i. Det er også mulig å lese sjanger ut av beskrivelsen av fremgangsmåten.

Denne oppgaven kommer heller ikke til å begi seg inn på noen normativ innvandringsdebatt. Det er ikke oppgavens fokus.

Når det gjelder spørsmålet om NRK bør lage historier som "Dalen vår", er det en interessant debatt. "Dalen vår" har fått kritikk for å være "tendensiøs", vi har fått høre at tv-serien er propaganda fra NRK (Anonym, 2013). Tv-serien har i enkelte kretser blitt tolket som "innvandrervennlig".

Tanken bak "dalen vår" er riktignok å inkludere flere nordmenn med innvandrerbakgrunn inn i ei fortelling om Norge, men hvorvidt det er riktig at NRK skal ha dette som oppgave blir ikke diskutert her.

Denne oppgaven baserer seg på at NRK er Norges allmennkringkaster og legger til grunn at NRK er programforpliktet til å inkludere den norske befolkning inn i sine forteller om nasjonen Norge.

I NRKs langtidsstrategi og årsrapport anno 2011 står det " *NRK har også et ansvar for innhold om og til nasjonale minoriteter, og NRK søker å innrette innholdet slik at det når fram til målgruppene, men kanskje enda viktigere er det å synliggjøre disse gruppene som en naturlig del av befolkningen.*" (NRK, 2011).

2. KAPITTEL Praktisk del

2.1.Tv-serien

2.1.1. Historiene



Figur. 4: Promobilde NRK. Foto: Carsten Aniksdal. Grete og Bjørn hjemme på Ammerud.

Tv-serien "Dalen vår" handler om hverdagsmennesker og hvordan man skaper seg gode liv og et hjem i en dal med mange kulturer og identiteter.

I løpet av seks episoder blir vi kjent med seks historier og til sammen 11 mennesker i ulike alder og med ulike bakgrunn. Vi møter Grete og Bjørn (82/85), Walid (17), Masood (32), Heidi (30), Hoodo (38) og dansegruppa Massive Riddim – som består av fem jenter (17): Aissatou, Louise, Katrin, Kelly, og Fatima.



Figur 5: Promobilde NRK. Foto: Carsten Aniksdal. Massive Riddim på trening.

Hovedpersonene kommer fra ulike deler av Groruddalen. De er fra Ammerud, Furuset, Ellingsrud, Høybråten, Stovner og Lindeberg. De tilhører også ulike generasjoner og miljøer. Til sammen har de sett og opplevd hvordan Groruddalen har vokst og utviklet seg siden krigen.

"..fra stille bondeland til urban drabantby...og symbolet på det gode liv i et moderne Norge.. Så utskjelt og kritisert i media for å være det motsatte .. " sitat vignett (Brun, 2013a).

Gjennom et halvt år (mai 2012 – oktober 2012) fulgte tv-teamet hovedpersonene i deres hverdagsliv. Her følger en liten presentasjon:

2.1.2. Karakterene

Grete og Bjørn Larsson er pensjonister, og bor på Ammerud. Bjørn løper mye orientering på fritiden, og Grete syr bunader og pleier omgang med venninner.

Bjørn er født og oppvokst på Grorud og har sett dalen forandre seg radikalt fra bondeland til drabantby i løpet av de siste 60 år. Grete er født og oppvokst på Vega i Nordland. De møtte hverandre i Oslo på femtitallet og Grete flyttet til Groruddalen da blokkene var i ferd med å komme til dalen Grete husker godt hvordan det var å være "innvandrere" i Oslo på 50-tallet. Grete synes det er vemodig at Groruddalen har forandret seg så mye. Bjørn kunne aldri tenke seg å flytte derfra.



Figur 6: Promobilde NRK. Foto: Carsten Aniksdal. Grete og Bjørn hjemme i stua.



Figur 7: Promobilde NRK. Foto: Carsten Aniksdal. Walid på bandøving.

Walid Yazidi er rastløst på jakt etter sin egen vei i livet. Han er sosial og omgjengelig, og har mange talenter, men sliter med å finne sin plass, i krysspresset fra foreldre, lærere og venner. Walid hater skolen. Ikke så rart kanskje, han har dysleksi uten å ha blitt utredet på skolen. Han er født i Norge og har foreldre fra Marokko.



Figur 8: Promobilde NRK. Foto: Carsten Aniksdal. Heidi på kontoret i Akers Avis Groruddalen.

Heidi M. Skjebstad er lokalavisjournalist, og synes Groruddalen har fått et ufortjent dårlig rykte i nasjonale medier. Hun vil gjerne rette opp bildet i sin jobb som reporter for lokalavisa. I eget borettslag må hun også ta stilling til montering av overvåkningskameraer. Hun velger å stemme i mot, og mener forslaget er et resultat av hysteri. Heidi har norske foreldre og er opprinnelig fra Høybråten.



Figur 9: Promobilde NRK. Foto: Carsten Aniksdal. Masood hjemme i stua på Lindeberg.

Masood Fazal har mange roller. Han er fotballtrener, ektemann, far, kompis og politimann. Han har valgt å gifte seg arrangert på tradisjonelt pakistansk vis, og har klart å oppnå sin store drøm: å bli politi. Masood har skapt mange rammer og roller for seg selv, og vil gjerne leve opp til alles forventninger. Men det er et sted han føler at han virkelig kan slippe følelsene løs; på fotballbanen. Masood og kompisene diskuterer ofte Groruddalens fremtid,

og Masood mener nøkkelen til utvikling ligger i å hold ungdommen aktiv i idretten for å holde dem unna kriminalitet.



Figur 10: Promobilde NRK. Foto: Carsten Aniksdal. Hoodo i butikken.

Hoodo Ali Aden kunne verken lese eller skrive da hun kom til Norge fra Somalia på begynnelsen av nittitallet. Hun visste ingenting om prevensjon og planla å få 12 barn for å overgå sin mor. Hoodo var helt avhengig av sin mann. Etter et møte med ei norsk eldre dame, som hjalp henne med både prevensjon, språk og det å komme seg ut i arbeidslivet, fikk hun tro på seg selv og startet opp en egen butikk. I dag er hun familiens overhode, travel forretningskvinne, kjører bil og er økonomisk uavhengig av mannen sin. Hun har ingen

muligheter til å nå til topps i det etnisk norske samfunnet, men hun har skapt sin egen karrierevei i det muslimske miljøet.

Massive Riddim er ei dansegruppe som består av fem jenter fra Ellingsrud Ungdomsklubb. De har lyst til å bli gode, men sviktes stadig av treneren sin. Deres prosjekt er å prøve å finne ut av hvordan de skal klare å stå på egne ben uten en voksenperson som leder an. Jentegruppa er som en familie, de støtter hverandre, refser hverandre og må hele tiden justere seg i forhold til hverandre. Men sammen er de sterke.

2.1.3. Seriens visjon

Hovedpersonenes historier er ulike, men har likevel en slags fellesnevner. Alle historiene handler om hvordan de på ulikt vis forsøker å skape seg gode liv i en dal som har et stort trøkk av ulike identiteter, generasjoner og kulturer. Hvilke strategier velger hovedpersonene for å skape seg tilhørighet og trivsel? (Brun, 2012a). Hva er Groruddalen for dem?

I den endelige produksjonsmanualen, eller "Formbibelen"² som vi kalte dokumentet, står den overordnede visjonen beskrevet slik;

***"Hvordan takler de ulike personene trøkket av ulikheter, identiteter og levemåter?
Hvordan skaper de se seg gode liv i dalen?" (Brun, 2012a)***

Hver enkelt karakter hadde også sitt eget "premiss" eller sin egen "undervisjon" knyttet opp mot den overordnede visjonen. Hver enkelt visjon skulle være et uttrykk for den hovedpremisset.

I formbibelen var visjonene uttrykt slik:

Heidi: Hvordan velger hun å forholde seg til en verden som ikke er så lyseblå som hun skulle ønske?

² Et populæruttrykk i NRK. Henspiller seg på et sett med dogmer.

Masood: Hvordan forholder han seg hver dag til de rammer og regler han har laget for seg selv?

Grethe og Bjørn: Hvordan forholder de seg til de store endringene i både egne liv og i dalen?

Walid: Hvordan velger han å forholde seg til motsetningen mellom andres forventinger og egne lyster?

Hoodo: Hvordan skaper hun sin egen vei mellom tradisjonelle somaliske verdier, og egne ambisjoner?

Massive Riddim: Hvordan stå på egne ben når voksenpersoner svikter?

(Brun, 2012a)

2.1.4. Et portrett også av dalen

Det er viktig å nevne at tv-serien på et overordnet nivå også er ment å være et portrett av Groruddalen og av Norge, slik dalen og landet har utviklet seg siden 2. Verdenskrig. Denne delen av historien ble fortalt med arkivmateriale fra NRK (Brun, 2013a).



Figur 11: Byarkivet- Oslo kommune. 1950-tallet. Husmødre i Groruddalen.

I løpet av 60 år har Norge gått fra å være et land med boligkrise og skranten økonomi, til å bli en rik oljenasjon. Denne utviklingen har Groruddalen sett på nært hold. Groruddalen har vært sentral i Norges velstandsutvikling, og de store endringene i som har skjedd i forhold til innvandring og befolkningssammensetning.

I årene etter 2.verdenskrig var Groruddalen symbolet på det moderne Norge, med sine drabantbyblokker i lyse og luftige omgivelser. Barnefamilier flyttet dit i hopetall med drømmer om en bedre fremtid for seg og sine. Å flytte fra trange mørke bygårder i sentrale Oslo til egen leilighet med eget bad var som å komme til "paradis" mente enkelte.

"Groruddalen var et laboratorium for det gode liv i et stadig rikere velferds-Norge" (Brun, 2013a).

Groruddalen har alltid vært en smak av fremtiden.

2.1.5. Et portrett av medias portrett av "Dalen"

Tv-serien har også ytterligere et meningslag. Arkivsekvensene er også ment å skulle være et portrett av *norske nyhetsmediers* dekning av Groruddalen opp igjennom tidene. Her ligger mediekritikken. Dette er spesielt interessant når begeistringen over Groruddalen snudde til kritikk mot slutten av 60-tallet og på 70-tallet.



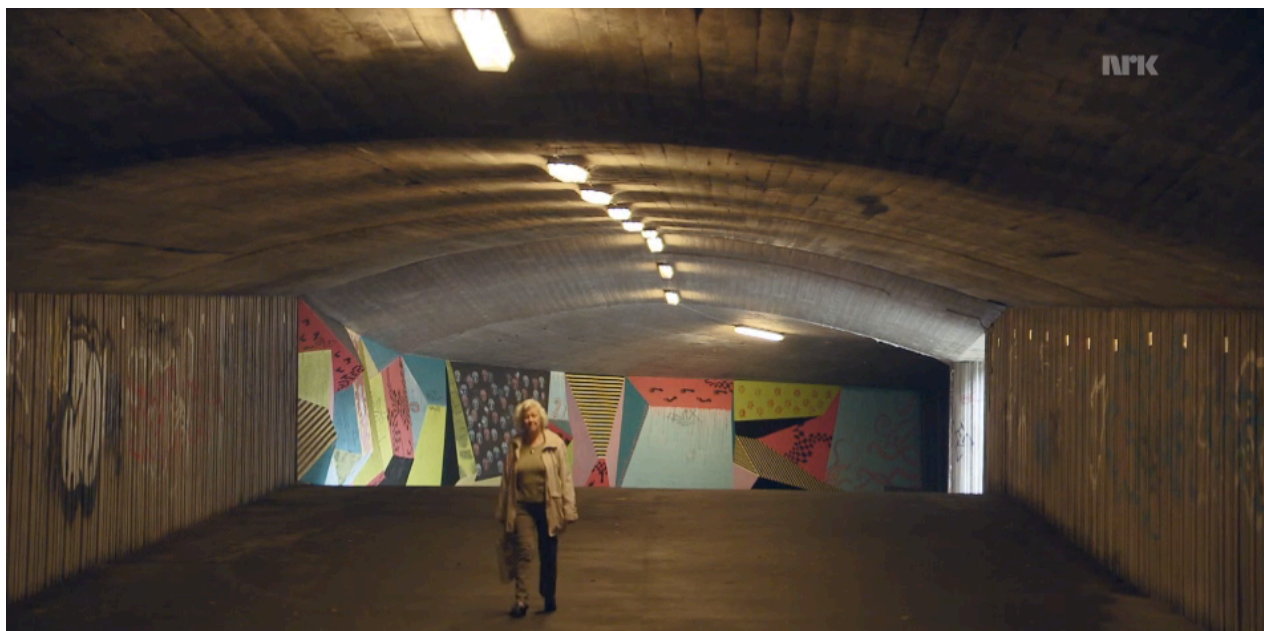
Figur 11: NRK Arkiv. NRK-reportasje fra 60-tallet, om Ammerudrapporten. Skjermdump fra ep.3.

Etter "Stovnerrapporten" og "Ammerudrapporten" ble dalen kritisert for å være et gudsforlatt sted hvor bare depresjoner og sosiale problemer kunne gro (Brun, 2013a). Industrien tok stadig større plass, og nye store barnekull ble til ungdommer som rastløst drev rundt i mangel tilstrekkelig fritidstilbud.

"...nei det er alt for mange unger...og alt for lite å ta seg til...." Arkiv-intervju med sliten mor fra NRK-reportasje i 1973 (Brun, 2013a).

Groruddalen ble kjent for sine gjenger, og så kom innvandrerne. Slik kan mediebildet av Groruddalen oppsummeres.

"....nei det er ikke mennesker det der....hadde det vært meninga at de rasene skulle forenes så hadde de ikke vært adskilt....I vår oppgang bodde det pakistanere og vi flytta på grunn av det altså..." NRK-reportasje fra skole i Oslo i 1972 (Brun, 2013a).



Figur 12: T-bane-undergang i Groruddalen i dag. Skjermdump fra ep. 6.

I dag består Groruddalen av fire bydeler, den har ca. 130 000 innbyggere og huser ca. en femtedel av innbyggerne i Oslo. Groruddalen har som nevnt nesten 50 % innvandrerandel (SSB, 2013). Industrien er også tungt tilstede.

I løpet av alle disse årene med rivende vekst og utvikling har Groruddalen vært i medias søkelys. Produksjonen har derfor hatt mye arkivmateriale tilgjengelig til å fortelle også denne historien.

2.1.6. T-banen som visuell ramme

I "Dalen vår" er T-banen helt sentral. Den er selve blodomløpet i dalen, og binder den sammen. T-banen er forbindelsen med Oslo sentrum, og en av de viktigste grunnene til at folk velger å bo der. Visuelt sett utgjør T-banen den fysiske rammen for historiene. Dette tydeliggjøres i vignetten, der vi starter historien om morgenen med soloppgang, og med T-

banens ferd inn i dalen. Metaforisk har T-banen også en funksjon, den symboliserer tid og reise. Groruddalen og Norges utvikling har på en måte også vært en "reise".

2.1.7. Sjanger

Tv-serien består av 6 episoder á 29 minutter, og kan kategoriseres som en *underholdningsdokumentar*. I enkelte kretser kalles denne typen dokumentar for *doku-såpe*. Det betyr en form for virkelighetsfjernsyn som skildrer hverdagsmennesker. Doku-såpen skiller seg fra vanlig dokumentar ved at den låner bruk av virkemidler fra dramatikken. Man foretar for eksempel casting og dramaturgiske grep i historiebyggingen rundt karakterene (SNL, 2013).

Doku-såpen er imidlertid mer dokumentarisk enn reality-serien, som er enda et steg nærmere fiksjonen. Doku-såpen skiller seg fra "reality" ved at situasjonene ikke er iscenesatt. I reality er settingen kunstig, den er konstruert og situasjoner kan være satt i gang av tv-teamet. I doku-såpe følger man mennesker i deres naturlige miljø, på aktiviteter de pleier å utføre.

Noen eksempler på kjente dokusåper: "Snøballkrigen" (NRK1) og "Reinlykke" (NRK1) var en dokusåpe, "Et lite stykke Thailand" (TV-Norge) og "Charterfeber" (NRK1) og "Campingliv" (NRK1) likeså (SNL, 2013).

2.2.Produksjon og rammeverk

Rammeverket for produksjonen i NRK, er viktig for analysen i denne oppgaven. Organiseringen er viktig for å vise hvilke føringer som blir lagt på innhold i løpet av en produksjonsprosessen.

Derfor vil jeg redegjøre for prosess og ansvarsstrukturen i produksjonen, slik at man i analysen kan være minst mulig deskriptiv og mest mulig poengtert.

2.2.1. Ansvar og rollefordeling

2.2.1.1. Redaktør

"Dalen vår" ble produsert innafor programflata "Folk", som "eies" av Distriktsdivisjonen i NRK. Distriktsdivisjonen har sete i Bergen, og NRK Østlandssendingen, som er distriktskontor for Oslo, sorterer under denne divisjonen.

Programserien "Folk" har gått på NRK1 siden 2009 og består av enkeltstående program og korte serier.

Dokumentarflaten har en utpreget distriktsprofil og sender gjerne nære portretter av alminnelige mennesker. "Folk"-redaksjonen "bestiller" sine dokumentarer fra de ulike distriktskontorene i NRK.

Redaktøren for "Folk" Oddbjørn Rosnes beskriver serien som møter med folk og deres miljø: *"Det blir lagt vekt på å møte menneske frå alle samfunnslag, og særleg sleppa til personer og miljø som media ofte ikkje bryr seg om"* (Rosnes, 2013)

Ved en produksjon for "Folk" er redaktør Rosnes den øverst ansvarlige for innhold. Det er han som har "final cut" som det heter på film og tv-språket. Dersom det blir diskusjon rundt innhold er det redaktøren som har siste ord. Det vil si, dersom ikke "Kringkaster" har lagt andre føringer.

2.2.1.2. Programkompasset:

"Folk"-flata har som flere flater i NRK et *"programkompass"* som programskapere må forholde seg til.

Dette programkompasset sier noe om hvilken vekt programmet eller serien skal ha på ulike faktorer som "fakta/opplysning" vs. "opplevelse", "humor" vs. "alvor" osv. Dette er en type rammeverk som flere programflater i NRK må forholde seg til og som har mye å si for hvilke valg som blir tatt.

Folk-flatas programkompass har mer vekt på opplevelse, enn fakta/opplysning, og mer vekt på humor, enn alvor (Rosnes, 2013).

2.2.1.3. "Folk" ville ha "Dalen vår". Hvorfor?

Hvorfor valgte Distriktsdivisjonen så å produsere "Dalen vår"? De var raskt på banen da de fikk vite om ideen, de ønsket å produsere den innafor sine rammer og i sin programflate "Folk".

I følge Rosnes ønsket "Folk" å produsere serien fra Groruddalen fordi"redaksjonen i 2012 alt hadde sett etter historier frå drabantbyane, ut frå ei vurdering av at dette er område av landet det blir formidla svært få forteljingar frå. Og ei oppleving av at det er befolkningsområde som meir enn andre blir offer for media sin tendens til å formidla stereotypiar. Kort sagt: Me ville møta menneske i drabantbyane i eit anna lys enn blinket frå blålysa." (Rosnes, 2013).

2.2.1.4. Produsent – NRK Østlandssendingen

Tv-serien ble produsert av NRK Østlandssendingen, på bestilling fra distriktsdivisjonen i NRK.

NRK Østlandssendingen har til daglig ansvaret for nyhetssendinger på tv/radio, og har hele Oslo og Akershus som sitt dekningsområde. Distriktskontoret har også ansvaret for FleRe-rekrutteringen og produksjonen av Migrapolis-programmer. NRK Østlandssendingen har stått for en rekke dokumentarproduksjoner tidligere, som "Hva har du i bagasjen" og "Oh My God" (NRK) og teller til sammen 70 ansatte.

Redaktør for NRK Østlandssendingen Otto Haug tok avgjørelsen om å investere penger i ideutvikling da ideen om en tv-serie fra Groruddalen ble presentert for ham, og han bidro til å selge inn ideen til Distriktsdivisjonen og redaktør Oddbjørn Rosnes i "Folk". Dette ble gjort sammen med regissør/idemaker.

Da ideen om å lage dokumentar-serie fra Groruddalen ble "solgt inn" til Distriktsdivisjonen fikk følgelig NRK Østlandssendingen 1.5 millioner kroner fra divisjonen sammen med ei bestilling på en tv-serie på 6 x 29 minutter.

NRK Østlandssendingen hadde da ansvar å produsere innafor dette budsjettet.

I NRK Østlandssendingen hadde prosjektlederen ansvaret for at budsjettene ble holdt., men distriktskontoret hadde mindre innflytelse over innholdet. Prosjektets redaktør i Bergen var den innholdsansvarlige i denne produksjonen.

2.2.1.5. Bestiller/Kringkaster

Distriktsdivisjonen på sin side leverer til "Kringkaster" i NRK. Kringkaster er sjef for det totale programtilbudet i NRK, og bestiller programmer fra distriktsdivisjonen og andre divisjoner i NRK. Kringkaster legger seg ikke opp i utvikling av innhold i den daglige produksjonen, men kan gi sterke føringer dersom de synes det er nødvendig. Eksempelvis endret Kringkaster bestillingen underveis i produksjonen, fra fire episoder til seks episoder. Kringkaster ga også signaler om at et senere sendetidspunkt var mulig, dersom teamet ønsket å bringe inn mer konfliktfylt innhold.

2.2.1.6. Regissør/idemaker

Regissøren (altså undertegnede) i denne produksjonen var også ideskaper og var med på å bære hele prosjektet frem fra begynnelse til slutt. En regissør kalles producer i NRK. Ansvaret til en producer er å gjennomføre hele produksjonen, både kunstnerisk og logistisk. Regissøren har det øverste ansvaret i teamet, for planleggingen, for historien og for helheten.

Gjennom hele produksjonsprosessen hadde regissøren tett kontakt med Distriktsdivisjonen og redaktøren i Bergen. For å holde "ro" i prosjektet, samt sørge for at alle sjefer involvert i prosjektet opplevde seg informert til enhver tid skrev regissøren en ukentlig logg til alle involverte, der alle utfordringer og høydepunkt ble beskrevet (Brun, 2012b).

2.2.1.7. Teamet

I tillegg til regissør besto teamet av to fotografer, en klipper og en vignett-maker. Den ene fotografen var med fra begynnelsen av opptaksperioden, og var premissgivende for foto-

arbeidet i serien. Den andre fotografen kom inn etter hvert da vi så behov for en ekstra fotograf som også kunne jobbe selvstendig.

Nesten hele teamet, inkl. klipper og vignettmaker, var med på å utforme den såkalte "formbibelen" som var premissgivende for hele produksjonen (Brun, 2012a). Det skal vi komme tilbake til.

2.2.2. Produksjonsprosessen

Fra ide til sending, tok produksjonsprosessen bak "Dalen vår" ca. to år. Her ønsker jeg å beskrive prosessen, slik at det blir lettere for leseren av oppgaven å skille mellom de ulike fasene i analysen.

2.2.2.1. Ide og innsalg

Prosjektet startet våren 2012, etter en samtale med redaktør i NRK Østlandssendingen. Ideen om å lage en tv-serie fra Groruddalen oppsto hos undertegnede. Ideen fant gjenklang hos redaktør Otto Haug som også mente det var på tide med en ny type historie om det flerkulturelle Norge. I samarbeid med redaktør Otto Haug, og en gruppe programskapere fra hans distriktskontor ble ideen utviklet og gjort klar for presentasjon. Sommeren og høsten 2012 ble brukt til å utvikling og forberedelser.

Innsalget til Kringkaster skulle foregå i april 2013, men Distriktsdivisjonen i NRK var raskt ute og sa seg allerede i februar 2012 interessert i ideen. Dialog med Distriktsdivisjonen begynte februar 2012 og produksjon startet allerede april 2012.

2.2.2.2. Budsjett

Budsjettet vi fikk var som sagt på 1,5 millioner. Dette er svært lite i tv-sammenheng og behovet for streng planlegging var derfor stort. Dette betød at vi måtte planlegge opptak langt frem i tid, og ha faste rutiner på møter og orientering om avtaler. Det stramme budsjettet hadde konsekvenser for hva slags hendelser vi kunne være med på å ikke. Det var lite tid til å "henge" rundt de medvirkende og være "flue på veggen". Vi måtte vite hva slags type situasjoner vi skulle ha, og det stilte krav til et godt manusarbeid. Vi planla riktignok ikke hva som skulle skje i situasjonene, men vi valgte situasjoner etter visjonene; hva som skulle være deltagernes historier.

2.2.2.3. Formbibel

Formbibelen var noe av det første som ble laget, etter castingen, og før opptakene. Det er et dokument som beskriver seriens visjon og karakterenes "prosjekter". Rett og slett premissene for serien. I tillegg beskriver den dogmer for seriens visuelle form.

FORMBIBEL

- DALEN VÅR



A-foto: Katarina Theis Haugan
Foto: Heidi Fjærtøft Klock
Klipp: Thomas Marthinsen
Vignett: Carsten Aniksdal
Regi: Elisabeth Brun

Serien har en overordnet visjon som alle opptak, og all form skal forholde seg til.

VISJON:

"HVORDAN VELGE SIN EGEN VEI I ET MYLDER AV KULTURER IDENTITETER OG RASKE ENDRINGER I DALEN"



Visuelt uttrykk:

- STERKE KLARE FARGER
- ÆRLIGHET I UTTRYKKET. This is what you get-utsnitt
- STILLSPREGEDE STOCKSHOTS. INGEN PANNING.
- BRUKE LINJER I ARKITEKTUREN I STOCKSHOTS. RAMM INN DE "MYKE"

Figur 13: "Formbibelen"

2.2.2.4. Casting

Å finne personer som vil delta i en tv-serie som "Dalen vår" kalles "casting". Ordet er oftest brukt innen fiksjon og de frie kunster, men benyttes også innen doku-såpesjangeren. Dette er en av de trekk sjangeren henter fra drama-sjangeren. Castingen er helt sentral i produksjonsprosessen i en doku-såpe (SNL, 2013).

I tv-bransjen blir det sagt at castingen "bærer" mye av en tv-serie i denne sjangeren. Dersom man finner personer som har mye sjarme, som er åpne og spontane og som har spennende historier – er sjansen svært stor for at også tv-serien blir spennende og engasjerende.

De medvirkende bærer mye av den potensielle suksessen på sine skuldre, uten at de kanskje er klar over det.

Hvilke faktorer er det som avgjør hvem man velger? Når man "caster" karakterer til en doku-såpe det mange faktorer som avgjør hvem som blir valgt. Noen faktorer avhenger av hva slags typer historier regissøren eller produsenten ønsker å fortelle, andre faktorer går litt på tvers av dette; som for eksempel spontanitet, energi, åpenhet, varme og lekenhet. "Å komme gjennom ruta" er et uttrykk for noen har tv-sjarm. Dette er noe tv-castere ser etter.

Målet er stort sett alltid at seeren skal få sympati med hovedpersonene., "bli glad i dem" Personene må ha bred appell, innen sin målgruppe, for at tv-serien skal kunne nå ut bredt.

Å finne de menneskene vi skulle ha med i serien var sentralt også i produksjonen av tv-serien "Dalen vår". Det var disse valgene som avgjorde hvilke typer historier som skulle fortelles. Derfor ble det diskutert mye og viktige avgjørelser ble tatt i castingprosessen. Jeg hadde med meg en egen caster med erfaring fra reality og et blikk for tabloide karakterer. Jeg som regissør, var imidlertid mest ute etter å fortelle viktige og overraskende historier, det var duket for en del friske diskusjoner.

2.2.2.5. Opptak

Opptakene ble gjort mellom mai og oktober 2013. De første opptakene vi gjorde var på 17 mai. I begynnelsen var vi et tomannsteam. Jeg på regi og Katarina Theis-Haugan på A-foto.

Etter hvert så vi at arbeidsmengden ble så stor at vi hadde behov for en fotograf til. Heidi Fjørtoft Klokk ble ansatt som VJ på prosjektet på forsommeren. Det var ei forutsetning da vi valgte ut teamet, at fotografene også kunne jobbe selvstendig som VJ ³. Begge fotografene var ofte ute alene på opptak, og vi fordelte ansvaret for å holde kontakt med de ulike karakterene. Fotografene har begge jobbet en del nyheter ved NRK Østlandssendingen, men har også et blikk for det poetiske. A-foto hadde i tillegg til å være fotograf også journalistisk kompetanse.



Figur 14: Instagram-foto fra opptak. Fotograf: Heidi Fjørtoft Klokk på Grorud. Foto: Elisabeth Brun.

2.2.2.6. Klipp

Klippefasen startet i overgangen august/september og varte i til sammen 6 mnd. Klipper Thomas Marthinsen hadde vært med på planleggingen av hele serien, men ikke han hadde ikke vært med på noen opptak. Dette var av eget ønske fordi han da ville være mindre emosjonelt knyttet til karakterene og deres historier. Dette kan være en fordel når man må ta drastiske valg i klippet. Det er godt å på dette stadiet få inn noen friske øyne på det "materialet" man har vært ute og samlet. Regissør og klipper satt altså et halvt år sammen og tok avgjørelser i det som ved NRK Østlandssendingen kalles "akvariet".

³ Videojournalist. Kombinert fotograf og reporter/journalist



Figur 15: Instagrambilde fra klippefase. Klipper Thomas Marthinsen. Foto: Elisabeth Brun.

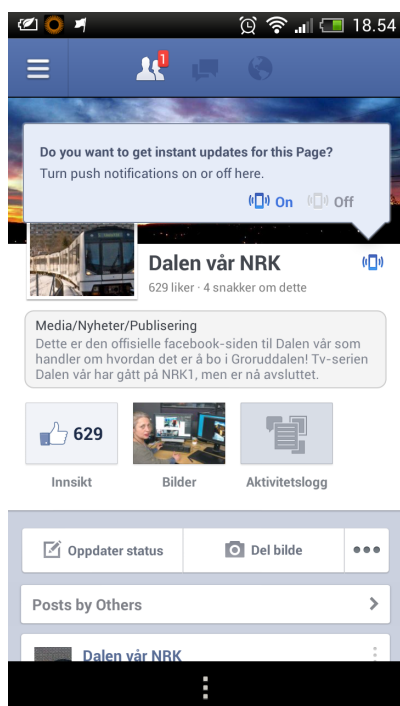
2.2.2.7. Sending

Første sendedag var 5 mars 2013, og de seks episodene ble sendt hver tirsdag kl. 20:15 i løpet av mars og april 2013 (med opphold under Ski-VM i april).

Dette tidspunktet anses som prime-time og et tidspunkt som har potensielt mange seere. Det er før "vannskillet", og ansees som tv-tid for hele familien.

2.2.2.8. Sosiale medier

Østlandssendingen satset i forbindelse med sendingen av "Dalen vår" på So-Me⁴. De satte seg i kontakt med to foredragsholdere og lærere ved BI, som har sosiale medier som spesialfelt. Cecilie Staude og Svein Tore Marthinsen sa ja til å følge "Dalen vår" i So-Me-satsingen også av egen interesse, for å undersøke hvordan tradisjonelt fjernsyn kan spille sammen med sosiale medier, for å skape engasjement hos seere..



Figur 16: Skjermdump fra "Dalen vår NRK" - Facebook-konto.

Det ble etablert tre ulike kontoer; Facebook, Twitter og Instagram,

Twitterkontoen var "stedet" der førsteresponsen viste seg. Her gjaldt det å følge med under sending og planlegge tidspunkt når noe spennende kom og legge ut en tweet som spilte opp. Redaksjonssjef Anne Ardem skriver i sin rapport fra arbeidet:

"...forsøke å trigge til debatt, retweete etc. Vi var også opptatt av å innarbeide hashtaggen [#dalenvaar](#) på både twitter og instagram. Ble det debatt på twitter forsøkte vi å flytte den over til facebook." (Ardem, 2013)

⁴ Forkortelsen av Sosiale Medier, ofte brukt i NRK-sammenheng

Det var på Twitter at noen av de heftigste diskusjonene oppsto.

Instagram-kontoen ble met benyttet av unge mennesker, som tok bilder fra Groruddalen og merket dem #dalenvaar.

"Mediet for ungdom. Brukte mye krefter i starten, men også underveis, på å få inn bilder.

Tilgangen ble i starten ikke stor nok, så vi måtte dra ut selv for å ta egne bilder. Men etterhvert kom det seg! "

Facebook ble betraktet som mediet for "folk flest" og vi la ut innhold deretter. Her presenterte vi karakterene, inviterte seerne til å komme med egne bilder og erfaringer fra Groruddalen, og åpnet opp for innsyn i nevnte dilemmaer i løpet av prosessen.

" Det ble laget iPhone-snutter med noen av deltakerne, samt at vi utnevnte vår egen facebookforsker Bengt Andersen som hver uke kommenterte et aktuelt tema. Deltakerne i serien var i liten grad interessert i å bidra, men politimannen Masood og tenåringsen Walid leverte inn. Her skulle vi gjerne hatt mer, lærdommen er nok at vi burde ha snakket med deltakerne om dette helt fra starten av produksjonen!" (Ardem, 2013)

Arbeidet med sosiale medier var ikke en del av planleggingen i produksjonsfasen, dessverre. Hadde vi tenkt også So-Me-satsing tidlig i prosessen hadde vi nok generert langt mer interesse, og langt flere følgere på vår twitter-konto , Facebook-side og Instagram-konto. Pr i dag har "Dalen vår"-kontoen på twitter bare 301 følgere. Facebooksiden har 650 følgere.pr 29.11.2013,

Likevel skulle So-Me satsingen spille en uvurderlig rolle i å generere oppmerksomhet rundt serien. Ikke minst fordi det ble lagt vekt på å raskt imøtegå evt. kritikk.

2.3. Personlige betraktninger

Som tv-producer og journalist var i utgangspunktet kritisk til at tv-serien om Groruddalen skulle lages til Folk-flaten. Jeg synes ofte programmene som lages innafor disse rammene har lite konflikt i seg.

"Fjellfolk" er en del av denne NRK-flaten og ble sendt første gang i 2012. Den handler om folk som er mye i fjellet og om friluftsliv knyttet til det.

"I det første programmet møter vi menneske som lever i, for og av fjellet. Bli med på bading i iskalde brevatn og på vandring på toppen av Jostedalsbreen. Seige motbakkar og vidunderlege utsyn, hard fjellklatring og yrande folkeliv på fjellstova" (NRK, 2012).

Jeg har sett to episoder av Fjellfolk og det jeg så var scener som beskriver aktiviteter i fjellet, uten at jeg som seer får komme nært personene, bli kjent med dem eller bli kjent med deres indre dilemmaer. I det hele tatt syntes jeg at det var lite "identifikasjon" og "gjenkjennelse" i serien. Etter min opplevelse var det ikke allmennmenneskelige fortellinger som ble fortalt, men historier for spesielt fjellinteresserte.

Bildene var riktignok svært vakre. Den norske fjellheimen er svært fotogen og gjør seg som kulisser.

Tanken på å lage en serie om Groruddalen innafor de samme rammene var lite fristende. Det siste jeg ville var å lage en tannløs serie fra Groruddalen, en serie som ikke fikk lov til å ta noe konflikt opp i seg. Det ville bli både kjedelig å se på og journalistisk uansvarlig og overfladisk mente jeg.

Dette uttrykte jeg til redaktør Otto Haug i en telefonsamtale. Telefonsamtale ble ganske amper. Jeg var redd vi skulle "gi fra oss" ideen vår til noen som gav oss for trange rammer.

Redaktør Otto Haug i NRK Østlandssendingen var uenig. Han mente vi skulle benytte oss av sjansen til å lage serien innafor disse rammene. Han trodde vi kunne få ganske stor frihet dersom vi først fikk en fot innafor, og klarte å lage tv som engasjerte og appellerte. Alternativet, mente han, var at vi måtte selge inn ideen til avdelinger på Marienlyst, og dermed kanskje få både mindre kontroll over innholdet og mer langtekkelighet i prosessen. Aktualiteten i prosjektet var stor, han mente vi ikke hadde råd til å vente.

Da jeg skulle vurdere om vi skulle slå til på tilbudet var altså mitt dilemma; er det å lage en tv-serie om Groruddalen i denne flaten grensesprengende, reaksjonært og ganske progressivt – eller journalistisk uansvarlig og tannløst?

Jeg besluttet å si ja takk til å lage tv-serien for "Folk". Delvis fordi fortellingen vår ville få ha sitt eget univers (ikke under Folk-vignetten), og delvis fordi jeg så det som en spennende utfordring å bringe opp dilemmaer og konflikter i Dalen på en ny måte. Jeg så på det som ei utfordring å lage en ærlig og ekte tv-serie som også "folk flest" og redaktøren for en flate som "Folk" også ville ha lyst til å se på, samtidig som vi belyste utfordringene i dalen.

Jeg så også muligheten til å lage en historie som trigget reaksjoner, snarere enn å bekrefte allerede etablerte forestillinger om Groruddalen. Jeg øynet muligheten for å drive et stykke nyskaping i innvandringsdebatten.

3. Kapittel Analytisk del

3.1. Teorier og tradisjoner

3.1.1. "Oss og dem" – diskursen om de andre

Elisabeth Eides pionerforskning på mediedekningen av flerkultur og innvandring i norske medier vil være sentral for analysen i denne masteroppgaven.

Hennes systematiske gjennomgang av norske avisers minoritetsdekning gjennom hundre år dokumenterer hvordan journalistikkens hang til drama, konflikt og tydelige problemstillinger (Eide and Simonsen, 2004) sementerer stereotyper og befester avstanden mellom nordmenn og innvandrere. I 2007 sa Elisabeth Eide til Dagsavisen:

"Når minoriteter kommer til Norge blir de innlemmet i en slags utenfor-innhengning som det er vanskelig å komme ut av. De er ikke en del av det store kollektivet "vi-et", der det til enhver tid har variert hvem som blir inkludert" (Hoffenigh, 2007)

Ved hjelp av journalisters bruk av visse begreper, ord og uttrykk blir innvandrere og barn av innvandrere ekskludert fra det "norske fellesskapet", og gjort til "de andre". Fortellingene i norske aviser om hvem "vi" er og hvem "de andre" er virker fremmedgjørende, mener Eide. Hun minner oss om at mediene ikke bare "speiler" virkelighet, men også skaper den ved å gi noe forrang fremfor annet, (Eide and Simonsen, 2007) (Anderson, 1991). Premisset for hennes arbeid er at medienes fortellinger har stor innvirkning på minoriteters selvforståelse, og på den norske majoritetens selvilde som nasjon.

Oppfatningen om at norske medier spiller en aktiv rolle i defineringen av den norske nasjonale selvforståelsen, er sentral i hennes forskning.

Gjennom å fokusere på "de andre" forvalter mediene forestillingen om et "vi". De leser dette "vi" et som en etnisk norsk kategori, og kaller pressen en "etnisk grensevokter" (Eide and Simonsen, 2007). Kultur oppstår i samspill påpeker de, og mediene spiller en viktig rolle i identifikasjonsprosessen. Det er i de tradisjonelle mediefortellingene lite rom for kompleksitet, og mangfold innad i gruppen.

Det har hun god rykkdekning for å mene.

Eides forskning hviler på blant annet samfunnsforskeren Benedict Anderssons arbeid,. Andersson viser *hvordan* mediefortellinger spiller en viktig rolle i dannelsen av nasjonal selvforståelse (Anderson, 1991). Han setter det i sammenheng med fremveksten av nasjonalismen i Europa. I befestninga av nasjonalstaten må man definere noen utenfor dersom man skal styrke samholdet "innafor". Dette "forestilte fellesskapet" er helt og holdent avhengig av å definere noen som "de andre".

Men Eides arbeid har også dypere røtter. Forskningen hennes inngår også i en faglig tradisjon som springer ut fra Edward Saids "Orientalismen" og teoriene hans rundt det koloniale vestens eksotifisering av "det fjerne Østen". I denne diskursen er "de andre" "de beseirede" eller "de utestengte" (Said, 1978).

Hennes studier av den norske pressens "oss og dem"- språk handler mye om diskurs og diskursanalyse. Definisjonsmakt og hegemoni i diskurser er sentrale temaer innen Eides forskning, og hun benytter seg mye av Norman Faircloughs teorier inne kritisk diskursanalyse (Eide, 2002).

3.1.1.1. Eides metoder

I sin doktorgradsavhandling "Down there and up here" (Eide, 2002) skriver Eide imidlertid at hennes metode er multi-disiplinær, hun bruker mange ulike tilnærminger i sine analyser. Eide er opptatt av hvordan journalister driver med "othering", det vil si: å definere "noen som den andre", ved hjelp av språk, og ulike journalistiske valg. Eide studerer både tekstene i seg selv, samt relasjonen mellom reporter og kilde. Og det er først og fremst medias annengjøring av etniske minoriteter hun har studert.

Hennes analytiske tilnærming består av mange ulike "meningsrom" der hun fra ulike vinkler analyserer journalistisk praksis både som tekst (språk, stil, symboler, agenda, metaforer etc., som sjanger (kontekst, komposisjon og dramaturgi), som profesjonell praksis (institusjonelle rammer, konvensjoner og tradisjoner) og som tekst i et sosiokulturelt "rom" (tekst som aktør i en sosial verden) (Eide, 2002).

Hennes analyser handler med andre ord både om hvilke symboler og ord journalister bruker når de dekker feltet, hvilken sjanger teksten skal tilhøre, samt hvilke institusjonelle rammeverk journalister forholder seg til. Og ikke minst hvem som sitter med definisjonsmakt og hvem som ikke gjør det.

3.1.1.2. Hverdagslivet tilhører de normale

Et svært viktig poeng i Eides arbeid, og i denne sammenheng, er makten som ligger i det å fremstille seg selv som normal og "hverdagslig".

I boka "Mistenkelige Utlendinger" utforsker Elisabeth Eide sammen med Anne Hege Simonsen den makt-ubalansen, som en befestning "av de andre" skaper. I denne ubalansen blir "vi"-et et normativt sentrum som bruker sine privilegier til å gjøre seg selv "normal" og de andre "unormale" (Eide and Simonsen, 2007).

Når majoriteten skal bekrefte seg selv eller forstå seg selv, fremhever man gjerne kontrasten til de andre. Dermed blir det hverdagslige og det "vanlige" en type fortellinger som tilhører majoriteten, men ikke til de som ikke inkluderes i dette "vi"-et.

"Det er ingen posisjon som er mektigere enn det som "bare" er menneskelig. Denne posisjonen er et privilegium som i dagens Norge bare tilhører hvite nordmenn"

Tonje Vold (Samtiden 2007)

Når innvandrere omtales i media er det svært ofte deres forskjellighet fra det norske og "normale" som er i fokus.

Dyrking av polariserte fremstillinger dominerer mediehistoriene om flerkultur og innvandring (Bjørnsen om Cottle 2011). Det hverdagslige får liten plass i mediedekningen av det flerkulturelle Norge (Eide and Simonsen, 2004).

Eide mener riktignok å observere en bevegelse i media mot en større naturalisering av "de andre" – men sier det er langt igjen (Eide and Simonsen, 2004).

Dette er interessante observasjoner som jeg tok med meg inn i produksjonen og som jeg la til grunn for en del retoriske valg underveis i produksjonen av "Dalen vår". Hvordan kan Eides forskning være relevant for å diskutere retorikk og "annengjøring" i tv-mediet?

Riktignok er det nyhetsartikler og nyhetsjournalistikk i norske aviser Eide og hennes kollega har analysert. Å analysere diskurs i skriftlige medier har en eldre og mer omfattende tradisjon innen medievitenskap, enn å analysere tv-dokumentar som retorikk (Nichols, 1991). Vi skal komme tilbake til det. Men der er likheter.

Eides forskning på "oss og dem" –diskursen i norske aviser, handler om språklige og institusjonelle rammer, rammer vi i produksjonen av "Dalen vår" også forholdt oss til.

For å vise hvordan vi forholdt oss til disse rammene er det nyttig å gå tilbake til den klassiske retorikken. Mange av øvelsene vi gjorde underveis i produksjonen er nært knyttet opp mot grunnstammen i læren om diskurs og retorikk. Det handler om konvensjoner. Det handler om topikk.

3.1.2. Inventio og topoi i den klassiske retorikken

Kunsten å overtale, er den klassiske retorikkens vesen. Å vinne over sin motpart, bevise sannsynligheten av sin sak gjennom god og grundig argumentasjon.

Bak ligger troen på mennesket som et fornuftsvesen og troen på at den beste retoriker kan være nærmest "sannheten" og "det gode".

"..generally speaking..what is true and better is naturally always easier to prove and more likely to persuade.." (Aristotle, 2011).

Å tenke rammer innenfor retorikken har dype klassiske røtter. Rammene er den forståelseshorisonten som retoren henter sine argumenter fra. Innenfor visse "commonplaces" (Miller, 2000) , eller felles forståelsesrammer i et samfunn, henter retoren de argumenter som er hensiktsmessig i den gitte situasjon. Aristoteles kalte disse rammene for "topos" - læren om hvordan man argumenterer best mulig til hvilken tid (decorum).

Topoi i Aristoteles sin retorikk, kan forstås som et prinsipielt "sted", en lokasjon, et slags felles verdisett, et sett av prinsipper som man er enige om, og som gjør at argumentenes bestanddeler får gyldighet for tilhørerne (Aristotle, 2011). Oppfatninger en gruppe mennesker deler, om hva som er ærbart, godt og rettferdig.

"...our proofs and arguments must rest on generally accepted principles...." (Aristotle, 2011)

Cicero, da han videreførte Aristoteles lære, listet opp en rekke typer generelle topikker; definisjon, opposisjon, kontradiksjon, etymologi, analogi, deling og konsekvens (Liestøl, 2013).

Definisjon, å definere et problem i forhold til noen gitt verdier, opposisjon, å for eksempel kunne kontrastere noe godt, fra noe dårlig, analogi: å kunne sammenligne problemer og verdier, og konsekvens; å kunne utlede følgene av noe. I Cicero beskrives det slik:

*"Those which are fixed in the things themselves; as **definition**, as a **contrary**, as those things which are **like or unlike**, or which correspond to or **differ** from the thing itself or its contrary; or **the results of causes**, that is to say, those things which are produced by causes; as distributions, and the **genera of parts**, or the **parts of genera**; as the **comparisons** between things, as to which is **greater**, which is **equal**, which is **less**; in which either the natures or the qualities of things are compared together." (Cicero).*

3.1.3. Teori og design

Den klassiske retorikken ser altså på topos som noe instrumentelt. Et sett av oppfatninger og verdier retoren kan benytte i sin konstruksjon av argumentasjon. Det avhenger av ei oppfatning om at den livsverden man lever i er sammenhengende og felles og at den består av oppfatninger og verdier man i samfunnet kan enes om (Aristotle, 2011). I den klassiske bruken av retorikk, er det fortsatt slik at topos blir benyttet til finne argumenter. Dette handler om innhold.

I tv-prosjektet "Dalen vår" var vi imidlertid ikke bare opptatt av innhold, men også av form. Vi var ikke bare opptatt av å finne argumenter (f.eks om de menneskene som skulle portretteres, eller argumenter om den sosiale verden), vi var også opptatt av å presse sjangeren. Vi forsøkte å finne nye formelementer, nye grep, virkemidler og nye konvensjoner. Kanskje kan man si at jeg i prosjektet vender topikken bort fra å handle mest om innhold, til å handle mer om formen/genren?

Genre er også et topos, og i dette prosjektet handler det handler det mye om å forholde seg til ulike sjanger-topoi. Hver sjanger har sine sjangerkriterier. Doku-såpe, reality, undersøkende dokumentar, nyhetsdokumentar eller infotainment. Innholdet som produseres innafor disse sjangerne blir i stor grad preget og styrt av sjangerreglene.

3.1.4. Dokumentar som retorikk

Å snakke om retorikk og diskurs i dokumentar er tuftet på dreiningen som retorikk-faget tok mot slutten av 70-tallet.

I nyretorikken hadde synet på samfunnet endret seg – i takt med vår moderne tid . Den sosiale verden fremsto som mer fragmentert, og enkeltmennesket mer orientert mot symboler og bilder. Retorikk var ikke lenger bare forbeholdt muntlig framføring, men handlet også om tekst, og bilder (Barthes, 1997).

Nyretorikkens mål var mer orientert mot kommunikasjon og konstruksjon av virkelighet (Perelman, 1979)

I dag blir tv-dokumentaren ofte analysert som diskurs og retorikk. Både som argumenter om verden, og som sjanger. Men slik har det ikke alltid vært.

At propaganda, pornografi og reklame har overbevisningskraft er det lett å enes om. Men at dokumentaren kan analyseres som retorikk, har opp igjennom filmhistorien i større grad vært underkommunisert, mener dokumentarfilmteoretikere som Bill Nichols (Nichols, 1991).

I sitt sentrale verk "Representing reality" viser Nichols at dokumentar som retorikk og diskurs tradisjonelt i akademisk sammenheng har vært et felt som i har stått i skyggen av den politiske fiksjonsfilmen. Mens kritikere og akademikere mot slutten av 1960-tallet pøste ut innholdsanalyser av politisk fiksjonsfilm, forble dokumentarfilmen et stebarn.

Det kan skyldes idealet som oppsto på 60-tallet om at dokumentaren skulle være "objektiv" (Nichols, 1991)

Nichols viser imidlertid i sitt verk "Representing reality" at dokumentaren er langt i fra "objektiv. Nichols tar for seg dokumentarens oppbygning som et retorisk verk, og behandler dokumentaren som en diskurs om en verden i stadig endring (Nichols, 1991).

Boka er et pionerarbeid innen dokumentarforskning. Her etablerer Nichols en selvstendig analytisk tilnærming til dokumentar, og låner ikke begreper fra fiksjonsanalyse slik tendensen tidligere har vært.

Nichols peker på at dokumentaren har evne til å *forandre* verden, i likhet med andre fagsystemer i ikke-fiksjonsverdenen, som : utdanning, økonomi, politikk og velferdsstat (Nichols, 1991). Disse systemene har en retorikk som er nøktern, den er tuftet på vissheten om at systemene har instrumentell kraft. Nichols mener dokumentaren er i slekt med disse og at den bør behandles deretter i akademisk sammenheng.

Med andre ord, det er relevant og viktig å diskutere dokumentar som retorikk og i en sosial verden. Parallellene til den klassiske retorikken er klar.

På sitt beste har tv-dokumentaren en enorm overbevisningskraft. Bilder er et kraftig følelsesmedium, og måten en dokumentar er komponert på kan sammenlignes den måten som retorikere setter sammen verbale argument for å overbevise.

En retors *inventio* i den klassiske retorikken kan sammenlignes med en produksjonsprosess i dokumentarsammenheng. Som en retor, henter dokumentaristen elementer av virkeligheten og komponerer dem sammen i tråd med visse konvensjoner knyttet til sjanger, institusjonelle rammer, forventinger om seertall samt og andre rammer.

Fakta, kommentar, scener, intervjuer og musikk hentes ut av sin kontekst og settes sammen til en ny.

Denne likheten er kanskje størst i den politiske dokumentaren, som er satt sammen av elementer som tjener til å skulle bevise og belyse en påstand (Nichols, 1991).

Nichols peker også på at all dokumentar er av en overbevisende karakter. Den påstår å si noe sant om verden. Alt som en dokumentar består av, spesielt kommentaren, er rettet inn mot å være sant og troverdig (Nichols, 1991)

I dag er det bred enighet om at det finnes ikke noe som heter "objektiv" dokumentar (Redaksjonen, 2010). Og det finnes mange avhandlinger og mastergrader om dokumentar som retorikk og diskurs.

3.1.5. Retorikk og innovasjon

Hvordan kan man så drive retorisk nyskaping innen dokumentarsjangeren, slik vi ønsket å gjøre i "Dalen vår"? I arbeidet med Tv-serien forsøkte vi å tenke nytt innafor diskursen om flerkultur i Norge. Det var et mål at produksjonen skulle ha klare innovative trekk. I denne prosessen gjorde vi en rekke retoriske grep, som etter-rasjonaliseringens lys er knyttet opp mot *topoi*, *sjanger* og *inventio*. I denne etter-rasjonaliseringen bruker jeg Ulmers manifest-teori for å identifisere grepene som ble gjort (Ulmer, 1994). Ulmer er knyttet opp mot en ny tradisjon innen medievitenskapen som knytter teori til praksis, topos opp mot praktisk innovasjon og produksjon av nye medietekster.

3.1.6. Topos som verktøy for nyskaping

I nyere tid har teoretikere gjenopplaget topos-læren, som en verdifull kilde til nytenkning og innovasjon. En hel tradisjon som inkluderer tenkere som Francis Bacon, Carolyn Miller, Gregory Ulmer og Richard McKeon utforsker topos-læren som *generator* for nye ideer. Topos er ikke bare instrumentelt, men har også generativt potensial, mente de.

Filosofen og teoretikeren Richard McKeon var først ute og argumenterte for hvordan topos-tanken kan generere nye perspektiver og imøtekomme dagens fascinasjon for kreativitet og nytenkning. Han identifiserer hvordan retorikken kan tilby et system for produksjonen av nye ideer, også innafor dagens medievirkelighet og den frie kunsten (Miller, 2000) (Backman and McKeon, 1987). Topos er nøkkelen, påpeker McKeon, til å bruke retorikken til noe mer enn bare presentasjon og organisering av virkelighet. Den kan utvides til å handle om oppdagelse av nye muligheter i måten vi tenker om vår egen eksistens (Miller, 2000, Backman and McKeon, 1987). Intet mindre. Språk skaper virkelighet.

..”from the use of words to constructions about experience, from creations in language to discovery of possibility and existence..” (Miller, 2000, Backman and McKeon, 1987).

Dette er mulig, mener han, fordi ”topos” bringer det kjente og klisjefylte, i kontakt med det ukjente, evt. med det kjente i forandrede former. Doktriner, termer og argumentasjonslinjer fra et topos kan kombineres med doktriner, termer og argumentasjonslinjer fra andre forståelseshorisonter. Slik skapes nye perspektiver og nye forbindelser mellom tanker (Miller, 2000, Backman and McKeon, 1987)

3.1.7. Ulmers Manifest-teori; CATTt-metoden.

Professor Gregory Ulmer fra The University of Florida relaterte på sin side *inventio* og retorikk direkte til digital medieteknologi, og beskrev en spesifikk metode for innovasjon. Ulmer har bakgrunn innen litteratur og er professor innen elektroniske språk og cybermedia.

Ulmers manifest-teori viser hvordan man helt praktisk kan generere nye perspektiver ved å gjøre noen grep. Ulmers beskrivelser er basert på en systematisering og en analyse av manifeste knyttet til litterære innovasjoner, som dekonstruksjonen og surrealismen.

Ulmer bruker retorisk analyse for å forstå fremgangsmåten til Jaques Derrida i utviklingen av dekonstruksjonismen, og til Andre Breton da han innførte surrealismen (Ulmer, 1994). I følge Ulmer benyttet Breton seg av en metode, som i høyeste grad var retorisk. Ulmer har systematiserte og basert en egen metode på utviklingen av det surrealistiske manifest.

Som det blir beskrevet i en fortolkning av Ulmers arbeid: Et manifest er en offentlig annonsering av noe nytt; en revolusjonær politisk tanke eller en avantgardistisk metode innen kunsten. Ulmer har i sitt verk "Heuretics,; The Logic of Invention" forsøkt å gjøre metoden han mener ble anvendt av tenkere som Derrida og Breton, tilgjengelig for andre (Stroupe, 2013)

Ulmers CATTt-metode er en beskrivelse av Bretons metode, samt andre lignende innovasjonsmetoder.

Den består av følgende operasjoner (Ulmer, 1994):

C = Kontrast (opposisjon, differensiering, inversjon)

Når man vil finne på noe nytt og revolusjonært hjelper det å ha noe gammelt og etablert å distansere seg fra

I følge Ulmers observasjoner starter ofte forfatteren av et manifest med å distansere seg fra noe (Stroupe, 2013).

Å skyve unna det som "det nye" ikke skal representere. Hvilke kvaliteter skal innovasjonen ikke ha.

A = Analogi (figurasjon, deplassering)

Å bruke språklige bilder/sammenligninger fra et annet kunnskapsfelt kan ha en genererende effekt. Man får en dialektisk effekt mellom retorikken og det "nye" feltet man er på vei inn i.

Dersom man vil finne en ny måte å male på innen malerkunsten, kan man bruke analogier fra andre felt; som for eksempel arkitektur, eller teknologi (Stroupe, 2013).

T = Teori (Repetisjon, literalisering)

Man baserer sin "nye teori" på en mer etablert teori, som har tillit og autoritet i miljøet. I samspill med de andre elementene i CATtT – som analogiene – vil denne etablerte teorien generere ny teori.

T = Target (Mål, hensikt)

Å ha en formening om hva som "mangler", hvilken funksjon den nye tanken, eller nye tilnærmingsmåten skal ha. Målet er ofte identisk med ønsket som ligger bak initiativet. Ofte et behov knyttet til en institusjon som har gitt oppdraget (Ulmer, 1994).

t = Tale (hale/fortelling).

Ulmers svært visuelle beskrivelse av teknikken utgjør til slutt en katt, med en hale. Halen er teoriens form og stil. Det er "showing, not telling", en visualisering av den nye tanke, en dramatisering av hvordan den skal være i praksis (Ulmer, 1994). Ulmer bruker Platon som eksempel. Dialog ansikt til ansikt er fortellingen i Platons nye metode å undervise på. Det er de nye tankenes form.

Uten fortelling, er det nye manifestet bare en "attitude"; ei holdning (Stroupe, 2013)

Slik beskrev Ulmer metoden som han utledet fra Derrida og Bretons revolusjonære manifest. Denne CATtT-metoden mente han kunne anvendes som et generativt verktøy også innen andre felt enn det kunstneriske. For Ulmer var det innen det elektroniske web-baserte feltet. Dette betyr at metoden både kan brukes som et verktøy for nyskaping i en produksjonsprosess, og som et verktøy til etterrasjonalisering og identifikasjon av innovative trekk og teknikker.

I denne analysen håper jeg imidlertid at metoden kan fungere som et analyseverktøy for å tydeliggjøre innovative trekk i produksjonen av tv-serien "Dalen vår". Det er viktig å understreke at CATtT-metoden ikke lå til grunn for selve produksjonsprosessen, men at den benyttes til etterrasjonalisering og identifikasjon.

3.1.8. Medieviteren som innovatør

Kjennskap til sjangerkriterier og retorikk kan som vi har sett gjøre en tenker i stand til å praktisk skape nye medietekster. Tanken om at god kunnskap om medieteorier kan gjøre medieforskere til innovatører, har fått godt fotfeste også ved Universitetet i Oslo, skriver Fagerjord i en artikkel i Norsk Medietidskrift (Fagerjord, 2012, Nyre, 2012). Med den rivende utviklingen innen media og kommunikasjon finnes der muligheter for revitalisering av Medievitenskap som fag, skriver Liestøl (Liestøl, 2013).

Tradisjonelt har medieteoretikeren "bare" vært en observatør, en analytiker teoretiker. At en medieviter skulle gripe inn i "virkeligheten" har tidligere vært uvanlig og utenkelig i fagets relativt unge historie (Liestøl, 2013).

Nå er det imidlertid nye takter i deler av det medievitenskapelige miljø. Medieviteren bør og kan legge til rette for å være innovativ, og arbeide "direkte med virkeligheten", skriver Fagerjord (Fagerjord, 2012).

Han argumenterer i sin artikkel "Design som medievitenskapelig metode" (Fagerjord, 2012) for at innovasjon og utvikling av nye medieformer og sjangere har sin naturlige plass innen medievitenskap. Kritisk mediedesign anskueliggjør kritikken, mener han. Resultatet blir mer håndfast (Fagerjord, 2012).

Liestøl begrunner det samme synet, med at medievitenskapen i dag er interdisiplinær, og at faget sitter på mye kunnskap som ikke bare handler om sjanger og innhold, men også om sosial kontekst og teknologiske forutsetninger (Liestøl, 2013). Forutsetningene for å se nye sammenhenger, og nye løsninger er definitivt tilstede, mener han.

Fagerjord på sin side begrunner også sitt syn filmhistorisk, og poengterer at filmteori ofte har vært knyttet til filmatisk innovasjon og sjangeroverskridende eksperimenter. Han viser til filmteoretikeren og regissøren Sergei Eisenstein, også kalt "filmmontasjens far", som laget svært nyskapende filmer i sin tid ved hjelp av kunnskaper om sjanger, klipp og fortelling. Fagerjord nevner også filmskaperne som var en del av den franske nybølgebevegelsen. Solid kunnskap om filmteori er ofte ei forutsetning for innovative filmer, poengterer han. Man må kjenne reglene, for å kunne bryte dem. På samme måte kan medieteoretikeren skape nye medietekster ved å anvende medieteorier. Ut av Fagerjords

artikkel kan man lese spørsmålet; hvorfor bør ikke praktisk innovasjon også være medieforskerens oppgave? (Fagerjord, 2012).

Ved Universitetet i Oslo er denne retningen, som nevnt og interessant nok, knyttet opp mot forskningen på nye medier. Nye medier er i sitt vesen sjangeroverskridende. Fagerjord nevner i sin artikkel foregangsfolk og hypertekstpionerer som Stuart Multhrop and Michael Joyce (Fagerjord, 2012), som utga en rekke hypertekstromaner på nittitallet. Ulmer har argumentert for sin "anvendte grammatologi" og sin retoriske innovasjonsmetode CATTT innen nye medier (Ulmer, 1994)

Liestøl arbeider med design av interaktive digitale medier og innovasjon. Deriblant interaktiv video som museumsinstallasjon, samt avanserte 3D-løsninger for iPhone (Fagerjord, 2012).

Liestøls metode er "syntetisk-analytisk" og består av en analyse av sjangerteori, og "konvensjonslån" mellom sjangere for å kunne skape nye grensesnittløsninger innen mediedesign (Fagerjord, 2012). Han kaller det "retorisk innovasjon", en praksis der retorikk benyttes som en "arkitektonisk produktiv teknikk". Klassisk retorikk, skriver han, kan betraktes også som design-teori. Liestøl minner om at den klassiske retorikken helt siden renessansen og middelalderen har vært benyttet til innovasjon i mange fagdisipliner, deriblant teologi, logikk og filosofi (Liestøl, 2013, Backman and McKeon, 1987).

I Liestøls metode er med andre ord bruken av topikk helt sentralt. Hans hypotese er at det er fullt mulig å utvikle eksperimentelle metoder og teknikker basert på retorikk, med det mål å generere innovative former for uttrykk i form av sjanger-prototyper. Liestøls begrep for dette er "sjanger-design" . *"...rhetorically based design method where genre theory and genre knowledge are used heuristically to direct the design process"* (Liestøl, 2013).

"Først analyseres tidligere sjangre, så lånes konvensjoner som syntetiseres til nye sjangre. Deretter analyseres bruken av disse, og funnene syntetiseres til nye versjoner." (Fagerjord, 2012)

Og ved Universitetet i Bergen arbeider Nyre med å utvikle nyskapende nyhetssjangre. I en lederartikkel publisert i Norsk Medietidsskrift kaller Lars Nyre den nevnte tradisjonen for den viktigste medieforskningen fram mot 2020 (Nyre, 2012).

Muligheten til å lage "Dalen vår" som et masterprosjekt innen Medievitenskap ved UIO er knyttet opp mot denne tradisjonen og disse tankene.

"Dalen vår" er i tillegg til å være produsert av en regissør i NRK, også produsert i en akademisk og medievitenskapelig kontekst.

Men selv om der er en klar parallell mellom de prosjektene som Nyre, og Fagerjord referer til og mitt "Dalen vår"-prosjekt, er der en viktig forskjell. Mens de nevnte arbeidene hovedsakelig baserer seg på de muligheter som innovativ digital teknologi muliggjør, har jeg virket innafor en etablert teknologisk plattform med tilhørende sjanger; nemlig fjernsyn.

Riktignok er Tv-mediet også i rivende utvikling, og tv-serien "Dalen vår" inngikk som en del av en multimedia-pakke, der serien både kunne sees i NRKs nettspiller, samt diskuteres i sosiale medier (Twitter, Instagram og Facebook).

Nye presentasjonsformer og plattformer skaper nye muligheter for å tenke innovativt, ikke bare når det gjelder innhold, men også når det gjelder utvidelse av etablerte sjangre.

4. Kapittel - Analyse

4.1.Målet: Fra "oss og dem" til "Vi"

Med "Dalen vår" var vårt mål å fortelle om et Norge som ikke lenger bare er hvitt. Landet vårt huser i dag hundretusener av nordmenn som har innvandrerforeldre. Svært mange av dem er født i Norge og regner seg som norske. En oppvoksende slekt som i følge NRKs retningslinjer og ambisjoner bør inkluderes i NRKs fortellinger om Norge (Biørnstad, 2013).

I produksjonen av tv-serien ønsket vi som nevnt *ikke å følge* de tradisjonelle konfliktlinjene i mediedekningen av dalen, men å gå en annen vei. Vi ønsket å frigjøre oss fra en del velbrukte og dels stigmatiserende begreper og konsepter knyttet til de tradisjonelle mediefortellingene om "flerkultur" og om Groruddalen.

Vi ønsket oss bort fra "oss og dem"- fortellingene (Eide and Simonsen, 2007).

Dette betød at vi måtte tenke nytt, anstrenge oss for å tenke utenfor boksen innen et temaområde som er så til de grader preget av kategorier og stigmatiseringer. Dette gjelder både Groruddalen som symbolområde i innvandringsdebatten, og innvandringsdebatten som helhet.

Dette målet, brakte med seg nødvendigheten av en del innovative grep. Og målet, kan minne om Ulmers *Target* i CATTt-metoden (Ulmer, 1994). Et av de viktigste elementene i retorisk innovasjon. Vi (les jeg og redaktør Otto Haug i NRK Østlandssendingen) visste hvor vi skulle, og hva vi ønsket å oppnå med fortellingen.

Dette målet måtte vi stadig veie opp mot journalistiske standarder, ønsket om høye seertall, sjangermessige rammebetingelser, programforpliktelser og en ambisjon om å fortelle om noe som var viktig og samfunnsnyttig. Denne balanseøvelsen var krevende. Det er mange krefter som ville plassere fortellingen i konvensjonelle båser. Man kan på en måte si at produksjonen hadde mange og motstridende topoi å forholde seg til (Aristotle, 2011, Miller, 2000).

Det er lett å ty til vante begreper når man skal fortelle om et så omstridt område som Groruddalen. Både redaktører, tv-producere og journalister bruker lettest de konsepter og fortellingstyper vi kjenner til, som er dramatiske og som vi vet trekker publikum (Eide and Simonsen, 2007). Tidspress og konkurranse om seerne bidrar til det.

Vår første runde med diskusjoner kom allerede i valg av NRK-flate, da ideen vår ble kjent i NRK-systemet.

4.2.Kontrast – Hva skulle "Dalen vår " ikke være

"..å skyve unna det innovasjonen ikke skal representere. Hvilke kvalifikasjoner er det innovasjonen ikke skal ha.."(Brun, 2013b) (Ulmer, 1994)

4.2.1. Negasjonstopos 1 – ikke drama/konflikt

"Groruddalen, et skrekk-kabinett over mislykket integrering eller multikulturell idyll"
Nyhetsreportasje i NRK Dagsrevyen (Brun, 2013a) (Andersen and Bratbakk, 2010) (ref. NRK).



Figur 17: Thomas Marthinsen og Katarina Theis-Haugan tester utstyr. Foto: Elisabeth Brun.

Mediedekningen av Groruddalen har i mange år vært ledet an av nyhetsmediene. Man kan i en klassisk retorisk kontekst si at Groruddalen oftest har blitt fortolket innen nyhetssjangerens topoi.

Det er nyhetsjournalistikkens oppgave å skulle ta opp problemstillinger. Historiene skal være tydelige. De språklige bildene skal engasjere og vekke oppsikt. Kampen om publikum er hard. Det er ikke mye plass til hverdagsliv og normalitet de aller fleste mediefortellingene i nyhetssjangeren (Eide and Simonsen, 2007, Eide and Simonsen, 2004). Selv om vi vet at det meste som foregår er hverdagsliv. Nyheter handler ofte om det anormale; "man bites dog". Det som vekker interesse er gjerne konflikt og dramatiske fremstillinger.

Og det er gjerne problemstillingene vi journalister synes det er mest interessante å gå inn i.

I arbeidet med "Dalen vår" var det allerede i idefasen, avgjørelser som måtte tas som kan identifiseres som innovative i forhold til debatten om innvandring og om Groruddalen.

4.2.2. Negasjonstopos 2 - Ikke Migrapolis

Her er det naturlig å nevne vårt andre, og kanskje viktigste negasjonstopos: det etablerte NRK-magasinet Migrapolis.

Med all respekt. Magasinet **Migrapolis** er en prisbelønt program-serie om det flerkulturelle Norge som har gått på lufta i 15 år. Migrapolis var NRKs første storsatsing på et flerkulturelt program, av og for og med minoriteter.

I starten ble magasinet riktignok "gjemt bort" på NRK2, og holdt frem i festtaler som et "flerkulturelt" alibi for NRK (Torres, 2013).

I dag sendes Migrapolis prime time på NRK 1 (seiden 2005) og har sin faste tilhengerskare . *"Fra å være et program ingen hadde hørt om, satt nå bestemor i Utkant-Norge og så på Migrapolis" (Christiansen, 2009).*

Magasinet har vært populært. I 2009 så 300 000 nordmenn ukentlig på Migrapolis (Christiansen, 2009). Serien er interessant, direkte og til tider dristig.

I løpet av sine 15 år har det flerkulturelle magasinet gått gjennom ei utvikling. Det var innovativt da det startet i 1998. Grepet med å la reportere med innvandrerbakgrunn selv intervju andre innvandrere ga et nytt perspektiv på "innvandrereproblemer" og "fremmede" kulturer. Journalistikken ble mindre eksotifiserende, og mer nyansert enn når norske reportere skulle gjøre jobben. Tanken var at innvandrere-reportere hadde en kompetanse og

kunnskap om "utenforskap" som de fleste nordmenn ikke hadde. Resultatet var ærligere og dristigere tv som ga et nytt innside-perspektiv .

Min teori var likevel at det nå var på tide med en ny type tv fra et flerkulturelt Oslo. At det var tid for å forsøke ta et steg videre når det gjaldt fortellinger om Norge.

Migrapolis har tidligere fått kritikk fra minoritetsungdommer, som mener verden har utviklet seg siden Migrapolis startet opp, og at selv ikke Migrapolis tar høyde for dette (Christiansen, 2009).

Min teori var at Migrapolis, ved å være et program om flerkultur – i dag også kan virke mot sin hensikt. Jeg stilte meg spørsmålet: kan man ufrivillig bidra til stigma ved å ha det som konsept å problematisere flerkulturelle spørsmål?

Regissør og fotograf i "Dalen vår" opplevde på opptakstur en situasjon som underbygget dette. Vi hadde lånt Migrapolis-bilen ut på opptak og noen ungdommer på Stovner i Groruddalen kommenterte til hverandre at vi kom: *"se der kommer asylsøker-tv. Du er innvandrers – nå blir du intervjuet. – Hey! Jeg er ikke innvandrers"* (Brun, 2012b).

Det skal sies at Migrapolis har fornyet seg i løpet av de siste årene, og beveget seg fra å omhandle problemstillinger knyttet til innvandring og flerkultur, til å ta for seg mer allmennmenneskelige temaer; som mannsrollen, utdanning i utlandet, hvordan behandler vi våre eldre (etc.). Dette ble gjort gjennom en ideutviklingsprosess i 2005. Formen endret seg også fra å være reportasjepreget til å bli portretter av enkeltmennesker.

Men ved å kalle programmet Migrapolis, og ved å fortsette konseptet innafor de rammene som alltid har vært der, er det ikke slik at man likevel bidrar til å gjøre flerkulturelle til "de andre"?

Og i lys av den klassiske retorikken: Er dette et eksempel på at det krever fundamentale topos-skifter også når det gjelder form, for å kunne drive med retorisk fornyelse? I eksemplet med Migrapolis går topos-skiftet på innhold – uten at man bytter ut sjangermessig topos, (flerkulturelt magasin). I vårt prosjekt "Dalen vår" ønsket vi å forsøke å gå enda lengre, vi ønsket å forsøke å bytte ut også samfunnsmessig diskurs-topos (norsk innvandringsdebatt).

4.3. Analogi: Groruddalen med "nye" briller

".. å bruke språklige bilder/sammenligninger fra et annet lunnskapsfelt kan ha en genererende effekt. Man får en dialektisk effekt mellom retorikken i det gamle feltet og det "nye" feltet man er på vei inn i.." (Brun, 2013b, Ulmer, 1994)

4.3.1. Fra nyhetslogikk til "Folk"-formatets topos

Bare selve ideen om å lage en hverdagsserie fra dalen, brøt med det topos Groruddalen vanligvis ble fortolket gjennom.

Som nevnt under avsnittet "personlige betraktninger" var jeg som regissør skeptisk til å fortelle om Groruddalen innafor de rammene og det programpasset som "Folk"-flaten i NRK var knyttet til. Folk-flaten kan sies å ha et topos som sto i konflikt med det bildet jeg som journalist allerede hadde av dalen, og det bildet jeg hadde av hva som viktig å fortelle om Groruddalen.

Det sier litt om hvor stor betydning et sjangertopos har for bildet som tegnes i media, i dette tilfellet av Groruddalen. Nyhetssjangerens fokus på konflikt, hadde rettet min oppmerksomhet mot arenaer som skoleverket, språkopplæringen og borettslagene. Jeg hadde tidligere lest om språk og gjeng-problemene ved skolene i Groruddalen, hvor det på enkelte skoler er en minoritetsandel på over 90% jeg hadde lest om "bussing av elever" fra innvandrer-tette bydeler til vestkanten i Oslo (Therkelsen, 2010, Lundgaard, 2009), jeg hadde hørt om de store borettslagene som arenaer for konflikt mellom innvandrere og nordmenn. Mitt totale inntrykk var at "hvit flukt" sto i fare for å skape "ghettotilstander" i Groruddalen (Slettholm, 2011).

" Opptil 4 av 10 søker skolebytte fra skoler med svært høy minoritetsandel. Det rapporteres om elendige språkmiljøer i barnehager og skoler, og trusler om juling hvis man har salami på matpakken." (Slettholm, 2011)

Jeg hadde med andre ord et bilde av at det var på disse arenaene "slaget" om integreringen i Norge sto. Derfor så jeg på det som journalistisk uansvarlig å lage en "folk-serie" om Groruddalen med de premissene og det programkompasset som lå til grunn for den programflaten.

Da jeg til slutt besluttet å si ja takk til å gjøre det innafor de nevnte premissene, var det ikke bare fordi redaktør Otto Haug mente vi ville ha mer kontroll over innholdet, samt at prosessen ville bli kortere. Men også fordi jeg kom på den tanken at det i selve valget av å betrakte Groruddalen gjennom "nye briller" lå en samfunnskritikk, og kanskje enda mer en *mediekritikk*. Etter å ha lest og studert retorikk, og nyhetsmediets logikk i forhold til innvandringssaker i Norge (Eide and Simonsen, 2004), ble jeg nysgjerrig på hvilke nye innsikter man ville få dersom man laget en *doku-såpe* fra Groruddalen.

Hva om vi fulgte "vanlige" mennesker i deres hverdagsliv og ikke de som representerer ytterpunkter. Hva om vi valgte hovedpersoner etter andre kriterier enn nyhetene eller debattanter ofte gjør det; å skulle finne historier som egner seg som illustrasjoner i en debatt.

I loggen fra 4 mai 2012 skriver jeg følgende

"Hva skjer om vi fokuserer på identitet/tilhørighet hos alle menneskene vi har med, og ikke bryr oss om konfliktlinjene i media. Hva slags type fortellinger får vi da?" (Brun, 2012b)

Kunne det være uvanlig og nytenkende å lage en tv-serie om *hverdagsliv* fra en så stigmatisert dal?

I Ulmers CATtT-metode kan både *Contrast* og *Analogi* anvendes på våre innledende tanker om "Dalen vår-prosjektet. Kontrast i Ulmers forstand handler om å distansere seg fra noe man ikke vil være. I vårt tilfelle var det "oss og dem"-retorikken i norske medier, samt nyhets-konvensjonene om drama, konflikt og stereotypifisering. I følge medievitenskapelig teori presentert i denne oppgaven, var måten jeg tenkte på i tråd med teknikker og tankeganger knyttet til *retorisk innovasjon* (Ulmer, 1994).

Ulmers' *Analogi* kan anvendes på grepet med å fortelle om Groruddalen innafor tv-sjangre som Groruddalen ikke har vært portrettert gjennom tidligere.

4.3.2. Fra nyhetslogikk til doku-såpe

Det var naturlig å tenke doku-såpe som sjanger da vi valgte å produsere "Dalen vår" for "Folk-flaten". Dokusåpen, akkurat som "Folk"-programmene, skal handle om vanlige menneskers hverdagsliv. Riktignok på godt og vondt, men langt unna nyhetens samfunnsmessige konfliktfokus.

Derfor altså; mulighetene for "normalisering" av nordmenn med innvandrerbakgrunn burde være tilstede i sjangeren. Men så var spørsmålet; hvordan unngå stereotypene? Å fortelle det stereotypiske, er vel det motsatte av normalisering? (Eide, 2002).

Eide skriver: *"Stereotyping implies the essentialisation and neglecting individuality, and thereby empathy"* (Eide, 2002).

Innvandrere påpeker ofte at de blir stereo-typifisert. At de i innvandrersaker i media må svare for "alle" innvandrere (Eide, 2002).

I doku-såpesjangeren velger man ofte stereotypiske karakterer, mennesker som svarer til visse fordommer. I "Snøballkrigen" av Fridtjof Kjæreng er et knippe mennesker i Vardø representert. Kritikere har hevdet at serien viser det stereotypiske Vardø; den arbeidsledige, tenåringsmoren, den fraflytningsbekymrede (Lieungh, 2011). I "Charterfeber" finner vi også stereotyper. Charter-Svein kan vel kanskje ikke sies å være utypisk en charter-turist (Karlsen, 2013).

Stereotypene bekrefter fordommer, *men* de trekker seere. Og NRK måler også suksesser i seertall, om enn ikke i samme grad som sine kommersielle konkurrenter.

Derfor er det fristende å spille på stereotypene når man skal velge ut karakterer til en doku-såpe. Dette var også med i diskusjonene da vi gjorde castingen til "Dalen vår". Vårt dilemma var imidlertid at vi ønsket å *frigjøre* oss fra stereotypene, selv om vi også måtte tenke suksess og seertall. To hensyn som ikke nødvendigvis spiller på lag. Og når det gjelder

Groruddalen var det spesielt fristende å spille på stereotyper. Media har vært full av dem i flere tiår. Bare tenk på hvilke typer man fortsatt forbinder med Groruddalen. NRKs satireprogram "Borettslaget" hadde noen av dem: borettslagslederen, nordlendingen, gjengmedlemmet, den morsomme innvandrereren, den opprørske innvandrerjenta. Hvilke grep gjorde vi for å unngå stereotypene fra Groruddalen?

4.4.Castingen – nytt topos-skifte

4.4.1. Analogi – å tenke ny kontekst

For å beskrive grepene i castingen er det nyttig å hente opp igjen Ulmers andre punkt; Analogi. Hans ord for deplassering, å bruke språklige bilder fra et annet fagfelt for å få en genererende effekt. Dette punktet har også direkte tilknytning til topos, og ideen om kontekst og den forståelsesverden som en argumentasjon befinner seg innenfor (Miller, 2000) (Aristotle, 2011) .

Vi koblet riktignok ikke vårt prosjekt opp mot et helt annet fagfelt, men vi koblet oss opp mot en annen forståelseshorisont enn Norge og den norske innvandringsdebatten; nemlig New York.



Figur 18: New York. Foto: Ukjent.

1.1.1. Fra norsk innvandringsdebatt, til "New York"

I vårt prosjekt ble castingen gjort grundig, ved at vi i forarbeidet hadde snakket med svært mange mennesker i Groruddalen. Vi var opptatt av å få en bredde i type historier og i bakgrunn.

I selve valgsituasjonen satt vi med et knippe på ca. 30-40 mennesker. På dette tidspunktet hadde alle involverte i castingen noen favoritter og tanker om hvem vi syntes egnet seg best.



Figur 19: Casting med Mona Mehus. iPhone: Elisabeth Brun.

Som regi-ansvarlig hadde jeg en del favoritt historier, og flere av dem var knyttet til arenaer og problemstillinger som hadde vært i nyhetsbildet på den aktuelle tida. Dette gjaldt spesielt skolearenaen, en arena hvor jeg som journalist mente at "slaget" om integreringen og Norges fremtid står i dag.

I vår "samling" fant vi den brennende engasjerte unge læreren fra en skole i Groruddalen, som mente det var langt mer inspirerende å løfte en innvandregutt fra 2 til 4 i karakter enn å løfte en vestkantgutt fra 4 til 5. Eller den unge jenta hvis pakistanske far kjørte taxi dag og natt for å sikre den private utdannelsen hennes. Jenta følte presset og var mye stresset fortalte hun. hadde familiens fremtid på sine skuldre (Brun, 2012b).

Dette er gode historier sett med en journalists øyne. De innehar problemstillinger som gjør det mulig å gå i dybden på aktuelle temaer. Dette er historier som ble valgt bort. Hvorfor?

Følgende er en beskrivelse av hva som skjedde da vi byttet topos i det avgjørende øyeblikket i selve castingen:

Det begynte med at tidligere prosjektleder for NRK Migrapolis NRK, påpekte at dette for henne var "tradisjonelle innvandrerhistorier" (logg 26 april 2013). Dette hadde hun hørt før. Hennes innspill lød i mine ører som fornuftige, noen av mine favoritthistorier var knyttet til problemstillinger som igjen var knyttet til innvandring.

Jeg stilte meg spørsmålet, hva var mine preferanser påvirket av? Kanskje var mine favoritthistorier stereotypiske? I bakhodet hadde jeg "Alnaprosjektet" ved Universitetet i Oslo, hvor en rekke forskere har gjort forskningsprosjekter i Groruddalen med fokus på sted, og ikke på etnisitet (Alghasi et al., 2012). Kunne det være mulig å gjøre noe lignende på tv?

Dette var en tanke og en vag ambisjon, inntil prosessleder Elin Østraat kom med en forløsende tanke. Hun kalte det en "visjon". Vi skulle tenke "New York" mente hun, en by der forskjellighet er helt naturlig.

I loggen for denne produksjonsdagen den 26 april 2012 skriver jeg videre: *"med ett ble alle de historier som var viktige, som belyste problemstillinger borte. Historiene ...karakterene som belyste samfunnsdebatten,... da vi begynte å tenke "New York" ble disse historiene baktunge – de ble passé.."(Brun, 2012b).*

Dette var en interessant effekt. New York-analogien ble valgt fordi New York er et sted som er assosiert med det vi ønsket å få til, nemlig en "naturlighet" i omtalen av flerkultur. Det er vanskelig å få øye på "innvandringsdebatten" i New York.

Hvilke personer ble sittende igjen med da?



Figur 20: Castingvegg NRK.

Slik gikk det til at kriteriene for valg av historier og personer til serien, fikk en veldig vekt på mennesketyper, bomåte og yrke. I tillegg til "vanlige" kriteriene om "å komme gjennom ruta", dvs. tv-sjarm.

Vi forsøkte å unngå å velge historier langs tradisjonelle journalistiske konfliktlinjer. Vi valgte oss bort fra de mennesketypene som vanligvis representerer Groruddalen: presten, gjengmedlemmet, sosialklienten, borettslagslederen, læreren.

Vi valgte også bort den morsomme indiske poeten som har oversatt Ibsens verker til Urdu. Og bowlinglaget for pensjonister på Veitvet. Dette også fordi vi ikke ville fortelle stereotypiske og "artige" historier.

Det viser denne mailen fra redaktør Otto Haug, i forbindelse med castingprosessen.

"...ørliten kommentar om en fare: Som journalister kan vi ha lett for å bli fascinert av det litt pussige og paradoksale. Den artige utypiske historien. Kanskje lett å gå i "raringfella" og glemme å portrettere det hverdagslige og tilsynelatende banale...." (Haug, 2012)

Vi valgte bort hovedpersoner som hadde en agenda, enten positiv eller negativ, og satset mye på tre kort; identifikasjon, sjarm og karakterdrevet fortelling. Vi valgte å gå fra stereotypene, til arketyper (McKee, 1997) og fokusere på allmennmenneskelige temaer; som identitet og tilhørighet i en omskiftelig og globalisert verden .

4.4.1.1. Fra Stereotyper til Arketyper

Det er et anerkjent faktum blant filmskapere at å lete etter arketyper gir gjenkjennelse og engasjement hos seeren. Arketyperne har i seg det vi alle mennesker har felles.

I boka "Story" skriver den anerkjente historiefortelleren Robert McGee:

"Historiefortelling handler om universelle former..." "...dersom historien er av en arketypisk kvalitet vil den sette i gang en global kjedereaksjon av glede ...fra kino til kino. Og fra generasjon til generasjon" (McKee, 1997).

Det arketypiske handler om det universelt menneskelige, og som så ikler seg ulike kulturelle uttrykk skriver han.

I nyhetene derimot leter vi som nevnt ofte etter stereotypene. De som representerer eller illustrerer sider i en konflikt.

Dette førte til valget om å la historiene i serien handle om identitet/tilhørighet hos de menneskene vi hadde med, og ikke konfliktlinjene i media.

Jeg skriver i produksjonsloggen fra 4 mai at jeg i samtale med Elin Østraat blir har bestemt at vi skal gå fra stereotypene til arketyperne (Brun, 2012b). Og i loggen stiller jeg spørsmålet; *hva slags type fortellinger får vi da? Hvilke nye innsikter om Groruddalen og om innvandringsdebatten?* (Brun, 2012b).

Dette var tankene bak den endelig "visjonen" og retningslinjene våre bak serien.

I den endelige produksjonsmanualen, eller "Formbibelen"⁵ som vi kalte dokumentet, står den overordnede visjonen beskrevet slik;

"..hvordan takler de ulike personene trøkket av ulikheter, identiteter og levemåter i dalen? Hvordan skaper de se seg gode liv ..?" (Brun, 2012a).

I lys av Ulmers CATtT-metode kan kanskje dette også identifiseres som en analogi. Man flytter seg fra nyhetenes retoriske ramme, til filmfortellingens.

Dette valget var også naturlig, i forhold til den sjangeren vi siktet oss inn på. I dokusåpe bruker man som nevnt flere av fiksjonens virkemidler.

4.4.2. Reaksjonene internt: befriende, eller overfladisk?

Disse valgene vakte begeistring innad i redaksjonen, men også bekymring. A-foto i serien⁶ Katarina Theis-Haugan var bekymret for at historiene bli for "lette", hun mente vi burde ha med noen av de som følte seg fremmedgjorte i Groruddalen. Som lot "Groruddalens

⁵ Et populæruttrykk i NRK. Henspiller seg på et sett med dogmer.

⁶ Leder fotoarbeidet i produksjonen.

utvikling" gå innpå seg (Brun, 2012b). Katarina Theis-Haugan jobber til vanlig som fotograf/vaktsjef/producer ved NRK Østlandssendingen og er vant til å tenke "journalistisk"; konflikt, dybde og tydelighet.

Samtidig fikk jeg tilbakemeldinger på at casten var "befriende", og det fra kilder som har sett og hørt svært mange "innvandrerrhistorier" i løpet av sitt virke. Tidligere prosjektleder for Migrapolis Veslemøy Hvidsteen fikk se en casting-video av Masood der han snakket om interiøret i huset sitt og om den nye hvite skinnssofaen han hadde skaffet seg uten konas viten og vilje. Hvidsteen ble entusiastisk og sa at det var befriende å se en mann med religiøst skjegg snakke om interiør! Det vil si, ikke om religion, men om helt hverdagslige ting. Jeg beskriver denne samtalen i produksjonsloggen 11 mai 2012 (Brun, 2012b).

Tilbakemeldingen "befriende" indikerte at vi hadde gjort noen grep som hadde ført oss i en "ny" retning.

4.5.Effekt: en "*normalisering*" av "*de andre*"?

Vi ønsket altså i vår fortelling å "normalisere" og integrere en generasjon nordmenn med innvandrerbakgrunn inn i ei fortelling om Norge.

Dette mener Elisabeth Eide er en svært vanskelig oppgave (Eide, 2002) .

Hun spør: hvordan kan norske medier kan "*normalisere*" etniske minoriteter? og svarer selv at det er vanskelig. Norske medier har i utgangspunktet lite med normalisering å gjøre (Eide, 2002). I følge medielogikken er noe interessant kun så lenge de representerer noe annerledes og representerer "de andre". Dette er det ikke lett å frigjøre seg fra, selv ikke innafor opplevelsesbaserte og "mykere" sjangere innen tv-mediet.

Bare benevnelsen innvandrer og andregenerasjons innvandrer, gjør mennesker med innvandrerbakgrunn til "de andre". Betegnelsen innvandrer kan bety: de er ikke norske, de kommer utenfra (Anderson, 1991, Eide, 2002).

På spørsmål fra Helene Uri sa Hadja Tajik i 2007 *“Det betyr at du har vandret inn i landet. Hverken mer eller mindre. Det kan ikke brukes om førstegenerasjonsnordmenn, selv om jeg registrerer at enkelte bruker det som en bredere betegnelse.”* (Uri, 2007)

Eides forskning viser at norske journalister også graderer norskhet. Ved å betegne kilder som pakistanere, norsk-pakistanere, norsk-afrikanere etc. (Eide, 2002) plasserer man folk med en annen etnisk bakgrunn på en slags skala, mener Eide .

Og det er ikke bare i journalistikken at denne etnifiseringen av diskursen har pågått, men også i akademien. Sosialantropologen Marianne Gullestad etterlyste i 2001 en sterkere vektlegging av statsborgerskap, i stedet for etnisitet.

Gullestad pekte på at problematiseringen av etnisitet er selve den *karakteristikken* som deler nordmenn inn i ”oss” og ”dem” og som gjør det vanskeligere for etniske minoriteter å ”høre til” i det norske samfunnet (Eide, 2002). Språk er retoriske og etniske grensemarkører (Eide, 2002). Dette viser debatten som raste i 2006, over bruken av ordene *etnisk-norsk* og *nordmann*.

I følge Språkrådets omdiskuterte uttalelser var betegnelsen *”etnisk norsk”* likestilt med betegnelsen *”nordmann”*, og at en pakistaner aldri ville kunne kalle seg nordmann. Dette utløste i 2006 en storm av reaksjoner. Til slutt måtte språkrådets leder Sylfest Lomheim gå ut og si at en ikke-etnisk norsk selvsagt også kunne kalle seg nordmann

”Etnisk nordmann” blir man sannsynligvis når den kulturelle og geografiske tilknytningen til Norge er så sterk at den er ens primære etnisitet.” (Språkrådet, 2013).

Dette handler om språk, og betydningen av ord.

4.6. Manifestet: "Formbibelen" og "Svartelista"

I forbindelse med produksjonen laget vi som nevnt en "Formbibel", som i bunn og grunn er det samme som en produksjonsmanual; et sett regler for form og innhold i en tv-produksjon.

"Formbibelen" kan sammenlignes med Ulmers "manifest".- Det var gjennom hans heuristiske analyse av ulike avantgarde-manifester han utledet CATTt-metoden – et sett av felles prinsipper som ofte kjennetegnet de klassisk avantgardistiske manifestene (Ulmer, 1994).

"Formbibelen" startet som i Ulmers "manifest-teori" også med å distansere seg fra noe etablert. Vi ønsket å fjerne oss fra nyhetsjournalistikkens topoi og en "oss" og "dem" retorikk. Denne "oss" og "dem"-retorikken er knyttet til en del ord som i innvandringsdebatten er ladet med mange ulike politiske agendaer.

Vårt mest sentrale punkt i denne "Formbibelen" lignet altså på Ulmers Kontrast-punkt. Vi utarbeidet en egen "svarteliste" over ord og uttrykk som produksjonsteamet skulle unngå å bruke i intervjuer og i kommentar/voice.

Denne lista inneholdt følgende ord: *"Mangfoldig, Flerkulturell, Rasisme, Innvandrere, Integrering, Etnisk norsk, Multikulturell, Barn av Regnbuen.."* (Brun, 2012a).

Dette er ord som kategoriserer, og dermed befester distansen mellom "oss" og "dem" (Eide, 2002). Ordene er som sagt også ladet med de mange ulike politiske agendaer de har vært brukt til igjennom tretti år med innvandringsdebatt.

Ordet "*mangfold*" er i dag et politisk honnørord, og gir for enkelte assosiasjoner til toleranse og raushet på tvers av kulturer. Andre synes ordet har en smak av noe politisk korrekt, det samme gjelder ordet "flerkultur" ("*Det flerkulturelle eksperiment*" (Eikeland, 2013)). "*Fremmedkulturell*" og "*Fjernkulturell*" er betegnelser som ofte er brukt i høyrevridde sammenhenger, som for eksempel på nettstedet document.no (RUBB, 2010).

Som daværende politisk rådgiver i Inkluderingsdepartementet Hadja Tajik svarte i 2007 på spørsmål om hva ordet fremmedkulturell innebar for henne:

"dette begrepet synes jeg det blir tåpelig og lite treffende. Det er med på å skape avstand. Problemet er ordet "fremmed". Fremmed for hvem, og hvorfor det, er mine spørsmål til den som måtte bruke det." (Uri, 2007).

Vissheten om at disse ordene er ladet, gjorde at vi valgte å kutte dem ut så langt vi kunne, for å oppnå at seerne møtte serien vår med et så åpent sinn som mulig. Min teori var at vi med en hyppig bruk av disse ordene ville drive med selvstigmatisering, og dermed ville våre anstrengelser for å "normalisere" og "naturalisere" våre medvirkende være forgjeves.

4.6.1. "Svartelista" i praksis?

Men en ting er teori og en annen ting er praksis. Hvordan gikk det i produksjon? Greide vi det vi satte oss fore?

4.6.1.1. "Svartelista" på opptak

I opptakssituasjonene klarte vi langt på vei å ikke bruke disse ordene i samtale med de medvirkende. Men vi valgte å gjøre noen unntak.

Årsaken var diskusjoner i teamet om hvorvidt serien ville bli oppfattet som alt for lett og skjønnmalende, ved at vi unngikk ord som pekte mot innvandringsdebatten.

Var Norges befolkning egentlig klar for å ta i mot en historie som ikke berørte denne tematikken i det hele tatt? Vi ble redde for kritikken som kunne komme.

Etter en del overveielser kom vi frem til at vi ikke ønsket å omgå disse temaene fullstendig. Det ville bli for overfladisk. Vi ønsket å vise at vi i redaksjonen var klar over dem, og at våre karakterer i det daglige, forholdt seg til disse spørsmålene. Men vi ønsket også å vise at disse spørsmålene ikke var hverdagen til de menneskene vi portretterte.

4.6.1.2. En egen "konflikt-episode"

Løsningen ble å lage en episode dedikert til innvandringsdebatt og mytene om Groruddalen. Opptakene til denne episoden inneholdt spørsmål om innvandrerskepsis (de eldre damene

som har selskap, ep.4), spørsmål til Masood og kompisene om Groruddalens utvikling (Masood og vennene spiser og diskuterer på restaurant ep 4), spørsmål til Walid om "hvor han føler seg mest hjemme"? (Walid skal ut og reise til Marokko ep 4) Riktignok formulerte vi spørsmålene så "allmennmenneskelig" vi kunne, slik at ordene "utlending" (Walid), "innvandrere" (Masood) aller først ble benyttet av dem, og ikke oss. Vi ønsket som team å legge minst mulig føringer. Men vi styrte mot disse temaene, like fullt.

"Intervjuer: Hvor føler du deg mest hjemme? Marokko eller Norge?"

Walid : Jeg er innvandrer, både her og der....

*Søsteren: Utlending.... Det er egentlig ikke noe jeg kan kalle hjem"*⁷

(Brun, 2013a)

Det var med hensikt vi ikke plasserte denne "problematiserende" episoden først i serien. Dette var en avgjørelse som ble tatt i klippen, og det handlet om å unngå selvstigmatisering. Episode 4 ble vår konflikt-episode, der vi viser litt av den kriminelle mørkesiden av dalen (Masood), innvandrerskepsisen (Grete), identitetskonflikten (Walid) og pessimismen på Groruddalens vegne (Masoods kompis) (Brun, 2013).

Hadde vi jobbet innafor et annet sjangertopos, som for eksempel nyhetsdokumentaren, eller den undersøkende dokumentaren, hadde vi nok valgt annerledes. I disse sjangerne er det vanligere å åpne med konflikt.

Og konflikt trekker seere.

Hvor styrt var vi i våre valg i forhold til å få høyest mulig seertall? I hvilken grad var vi også redde for at seerne skulle "falle av" eller svikte oss fordi handlingen ble for kjedelig?

4.6.1.3. Hverdagsliv vs. konflikt og seertall

Også i NRK er det krav og forventinger til å få høye seertall. Suksess i dagens NRK måles i stor grad i seertall, og forventinger om å trekke mange seere påvirker valg som blir tatt en produksjonsprosess.

⁷ Intervjuerens spørsmål finnes i råstoffet, ikke i selve serien. Der er nesten alle spørsmål klippet bort.

Et av dilemmaene i denne produksjonen har vært å balansere mellom vårt ønske om å avdramatisere mediebildet av dalen mot å skulle lage en spennende historie som folk ville følge med på.

Konflikt vekker spenning og oppmerksomhet. Og vissheten om at hovedpersonene har noe konfliktfylt å hankses med gjør at man som publikummer får lyst til å følge med hvordan det går med denne personen i løpet av serien. I løpet av klippetiden ble det diskutert hvor mye vi skulle "spisse" hovedpersonene våre i starten – det vil si presentere konflikt.

Premisset, eller visjonen for serien var allerede nedfelt i produksjonsmanualen. Vi hadde bestemt oss for å ikke følge tradisjonelle journalistiske konfliktlinjer i hovedpremisset for serien, men hver enkelt av personene hadde konflikter både i eget liv og i forhold til dalens utvikling og tilstand generelt. Hvor mye av disse konfliktene skulle vi presentere i starten, og hvor mye skulle vi spare til senere? Vi visste godt hva som ville trekke flest seere, det var konflikt og spissing. Men ville det gi noen ny innsikt om vi gjorde det på den "tradisjonelle journalistiske måten"? I filmfortellinger er det mer vanlig å la seeren bli kjent med hovedpersonen før man slipper til de virkelig problematiske sidene. Dette for å lade konfliktscenene med innlevelse. Her måtte vi veie hensynet til umiddelbar tilfredsstillende av konflikthunger, høye seertall og hensynet til vår egne ambisjoner om å gi ny innsikt opp mot hverandre. Igjen, vi lot filmfortellingens topos erstatte saksdokumentarens.

Et annet dilemma var hvorvidt vi skulle ha mye fakta i tv-serien for å gi den tyngde, veid opp mot letthet og opplevelse.

Kanskje kan man si at NRKs forventninger om seertall er et eget topos, der kjente virkemidler som opplevelse, drama, konflikt, spissing av kommentar – praktiseres som ikke nedfelte og av og til usagte konvensjoner av både prosjektledere og producere. Ønsket om suksess gjør at man benytter seg av disse verktøyene, selv om man ikke er pålagt å gjøre det. Som en slags selv-sensur?

I sosiale medier var vi åpen om våre dilemmaer og valg. Mitt og redaksjonssjef Anne Ardems svar til en seer på Facebook-siden vår den 1. April 2013 kan tyde på det.

"Burde vi ha valgt å ha med mer fakta i serien for å belyse Groruddalens historie dypere og grundigere? Ja mener mange. På den annen side vet vi at for mye fakta også gjør at vi mister seere vi ellers ville ha hatt. Det er et dilemma. "(NRK, 2013).

4.6.2. Mellom stigmatisering og relativisme

Fakta kan om kulturelle forskjeller kan brukes til å stigmatisere, og stå i veien for opplevelsen av de allmennmenneskelige trekk ved en person, mens for lite fakta kan føre til en slags relativisme? En slags insinuerer om at "alt er greit"? Dette var et dilemma som stadig dukket opp i klippen. Vi var klar over dagens debattklima m.h.t. innvandring og visste at kritikk for relativisme og multikulturalisme kunne komme. Ståstedet: "alt er greit" var et ståsted hverken jeg eller klipper hadde.

4.6.3. Kommentar eller ikke kommentar?

I klipperommet var en av de viktigste valgene vi tok knyttet til kommentar. Vi ønsket så lite kommentar som mulig i serien, og vi ønsket at historien vår skulle være mest mulig karakterdrevet. Dette var et ønske helt i fra starten av prosjektet, og ble inkludert som et punkt i vår "Formbibel" (Brun, 2012a).

Vår opposent i den sammenhengen var redaktør og vår bestiller Oddbjørn Rosnes, som holdt et strengt øye med forståelighet og tydelighet i historiene. Hans filosofi er at "forståing må komme før form".

I teoretisk forstand var kanskje dilemmaet vårt; ved å legge mye føring på folks opplevelse av serien gjennom kommentar hadde vi stått enda mer i fare for å bidra til en "oss" og "dem" –retorikk. Samt at det ville være vanskeligere å gjennomføre våre Kontrast-ambisjoner (Ulmer, 1994).

Heldigvis aksepterte redaktør Rosnes allerede fra første episode at serien skulle være karakterdrevet, fordi han mente karakterene var så gode i seg selv (Brun, 2012b).

Denne avgjørelsen fører imidlertid til at det blir ekstra viktig å gjøre gode valg i forhold til hvilke klipp vi skal inkludere eller ekskludere. Krav til forståelighet må veies opp mot hvor mye det skal være opp til seeren selv å tolke.

Klipper Thomas Marthinsen sin grunnholdning var at man ikke skulle "leie seeren frem til konklusjoner", at man ikke skal undervurdere dem, men la seeren selv få oppleve og oppdage uten å bli styrt i en bestemt retning. Jeg deler dette synet, men som regissør er jeg også opptatt av tydelighet og forståelse.

Åpenhet i struktur og dramaturgi kan også føre til usikkerhet på hva serien handler om, og en følelse av at historiene spriker og er overfladiske. Mitt inntrykk er at mange seere ikke liker å tolke for mye selv. Dersom de ikke forstår hva som skjer på skjermen zapper de raskt over til en annen kanal.

4.6.4. Fakta eller ikke fakta

Å fortelle historier fra Groruddalen er også noe spesielt i denne sammenhengen, da fakta blir mye brukt i debatter for å lade argumenter. Valg i forhold til fakta blir viktige, fordi fakta likesom begreper og ord knyttet til innvandring og etnisitet er tungt ladede med antatte agendaer, og med på å farge seerens opplevelse av historien.

Her gjelder det samme som ved bruk av ord: ved å fortelle om andelen hvite som flytter ut av dalen, øker man sjansen for at seeren tolker situasjonene i lys av dette. Ved å umiddelbart fortelle om landbakgrunn til hovedpersonene minsker man sjansen for at hovedpersonen, som er født og oppvokst i Norge, oppleves som norsk. Det er lettere å plassere våre hovedpersoner inn "de andre"-kategorien (Eide and Simonsen, 2007). Dette minner også om et negasjonstopos i lys av Ulmers teorier (Ulmer, 1994)

Følgende konkret diskusjon oppsto i klipperommet i oktober 2012. Det handlet om hvordan vi skulle fremstille Walid i episode 2. I produksjonsloggen beskriver jeg samtalen:

"Vi bør vel presentere ham, sier jeg...tror du ikke folk vil lure på hvor han er fra? At han er fra Marokko? Thomas repliserte: hva betyr det? Han er fra Groruddalen, han er groruddøl – er ikke det alt vi trenger å vite i første omgang...?" (Brun, 2012b)

Jeg ga klipper Thomas rett, og vi gikk for hans forslag; å ikke nevne at Walid var fra Marokko før dette kom naturlig opp i forbindelse med en ferietur dit i 4 ep. Thomas begrunnet sitt syn med hans oppfatning av at minoriteter i Norge driver med selvstigmatisering. "Bare ved å snakke om seg selv som minoriteter begrenser de seg i den offentlige diskursen" sa han.

Resultatet ble at vi prioriterte åpenhet hos seeren, foran fakta om bakgrunn. Dette fordi vi ønsket en åpen tilnærming til hvem Walid var. Det skulle være opp til seeren selv å definere Walid, det var ikke noe vi skulle gjøre for dem.

Lignende valg ble gjort i forhold til fremstillingen av Masood, som har pakistansk bakgrunn og er arrangert gift.

I klippen forsøkte vi å dempe eksotifiseringen av hans bakgrunn, for å oppnå kontrast til "oss" og "dem"-diskursen.

Vår bevissthet rundt stereotyper vs. arketyper ser vi også her.

I produksjonsloggen den 17 oktober 2012 skriver jeg:

"I dag velger vi konsekvent bort syncer⁸ som kommenterer de pakistanske klærne, som kommenterer innvandringshistorie, bilder som viser eksotiske matretter fra Pakistan. Vi ble enige om at bakgrunn er relevant og at det skal med, men ikke generell innvandringshistorie – og annen fokus på forskjeller og eksotifisering. Vi går heller etter situasjoner som vekker allmennmenneskelige følelser. Vi kutter ut Masood som sier: "Jeg har generell respekt for de eldre, det er en del av kulturen"..men vi tar med "...Jeg hadde stor respekt for faren min da han var ung"...(Brun, 2012b)

⁸ Bruddstykker av tale

Det var også et dilemma hvor mye vi skulle fokusere på arrangert giftemål i Masoods tilfelle. Under opptakene var jeg som regissør og journalist veldig opptatt av å se etter friksjon mellom han og kona – for mitt utgangspunkt er at jeg er kritisk til arrangert ekteskap, og tenkte at de umulig kunne være lykkelige når de ikke hadde sett hverandre før bryllupsdagen. Hva er sjansene liksom, for at man havner med ”rett” person?

Masood er en svært kontrollert mann, og jeg så stadig etter sprekker i denne fasaden. Jeg konfronterte ham en gang med at han prioritere kona si sist etter fotballen. Da svarte han åpent at ”jo han var ikke så flink til å prioritere henne, fordi hun ikke var så flink til å si fra. Hun er kanskje litt for tålmodig ”⁹

Opprinnelig hadde jeg altså en tanke om å fortelle ganske private historier om Masood og Mamoonah¹⁰ for at seeren skulle få komme nært dem. Det skulle vise seg at de mest private historiene ikke opplevdes som relevante da vi kom i klippen.

Et annet eksempel på fjerning av potensielle stigmatiserende begreper skjedde i arbeidet med første episode. Der valgte vi bort en sync. der Heidi sier ” *ofte innvandervinkling* ” om de nasjonale medienes dekning av Groruddalen. Denne betegnelsen betraktet vi som alt for ladet til å ha med i begynnelsen. Uttalelsen ble spart til fjerde episode (Brun, 2012b).

4.6.5. Tilbakemeldinger internt

Og så spørsmålet vi hele tiden stilte oss. Var vi på riktig spor? Da vi jobbet med arkivsekvensene i episode 4, den ”mørkeste” og mest konfliktfylte av episodene, kalte vi inn to interne for tilbakemeldinger. Fotograf Heidi Fjørtoft Klokke og Journalist Ingvild B Sund kom for å se på noe råklippet materiale. Det vi ønsket tilbakemeldinger på var hvor mye vi skulle forklare i kommentar om den tiden innvandrere flyttet inn i Groruddalen. Om vi for eksempel behøvde å forklare at flyktninger og asylsøkere kom til Norge fra ca. 1985, fakta som nyanserer innvandrerhistorien.

⁹ Fra råstoffet, ”Dalen vår”. Ble utelatt i klippen.

¹⁰ Kona til Masood

Responsen var at vi skulle "passe på å ikke overforklare....at det var befriende at vi *ikke* brukte ord som asylsøker og flyktning i kommentar. At vi kalte dem arbeidere, og innflyttere og at vi brukte ordene "...verden flyttet inn i dalen.." i stedet for å si at "...innvandrere flyttet inn i Groruddalen..". De mente det åpnet opp for seerens forståelse av det som skjedde. De mente det gjorde at seeren ikke konkluderte for mye mente de (Brun, 2012b).

5. Sending og sosiale medier

5.1. Sending

Målingene viste gode seertall. De lå rimelig stabilt opp under 400 000. Det kunne se ut som om vi fikk vår faste "tilhengerskare".

1.episode fikk riktignok et noe høyere antall seere (455 000), enn ep. 2 som hadde 376 000. Men dette er forholdsvis normalt i NRK-sammenheng, fikk jeg vite, da det stort sett alltid er en del seere som sjekker ut programmet men som ikke følger med videre. Likevel: det er ikke utenkelig at det blant de "frafalne" var noen som hadde håpet på en større grad av konfliktfokus i de første episodene.

Det kunne virke slik ut i fra de tilbakemeldingene vi fikk på sosiale medier. Der fikk vi både ros og ris. En god indikasjon på om vi hadde lykket eller ei.

5.2.Tilbakemeldinger på sosiale medier

5.2.1. Facebook, Instagram og Twitter

Som nevnt etablerte vi like før sending en Facebook-konto, en Twitter-konto og en Instagram-konto.

Instagram-kontoen Dalen vår NRK fikk 404 følgere, og har i dag 217 bilder, både egenproduserte og innsendte. 1362 bilder er hashtagget med #dalenvaar (Østlandssendingen, 2013).

Facebooksiden fikk 650 følgere.. De to mest sette postene på Facebooksiden var artikkel og bilder fra forfatteren Tom Egeland der han fortalte om sin barndom i Groruddalen. Postene fikk en "reach" på henholdsvis 3224 og 2396 (NRK, 2013). En helt målbar konsekvens av å bruke kjendiser i So-Me-sammenheng.



Figur 21: Tom Egeland deler barndomsminner fra Groruddalen. Skjermdump fra "Dalen vår NRK", Facebook-konto.

En post om "de dilemmaer vi støtte på underveis i prosessen" fikk en reach på 1976.

Twitterkontoen fikk 302 følgere, og det var her den umiddelbare responsen ved sendestart ble fanget opp. Redaksjonen fulgte tett med og vi hadde en journalist som jobbet med å legge ut strategiske tweets, samt å respondere på andres kommentarer, underveis i sendingen av første episode.

Respsen på Twitter ble ganske stor. Det var mye aktivitet, både "vanlige folk" og en del profilerte samfunnsdebattanter kommenterte og deltok i diskusjoner.



Figur 22: Skjermdump fra Twitter-respons.

5.2.2. "Dalen vår" – gjør oss stolte

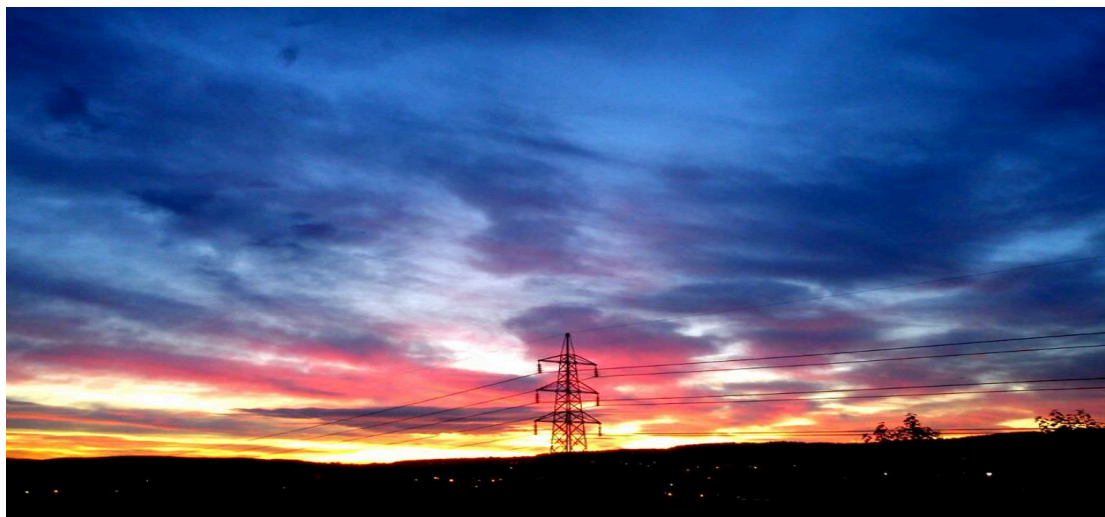
I mange tweets kunne man se at tv-serien triggert en stolthet over å være fra Groruddalen.

"Groruddalen. For en stolt deilig og sammensveiset dal- Stolt Groruddøl. Stolt stovnergutt"
Rasmus O. Semmerud på Twitter

"Gleder meg til resten av #dalenvår mange fine mennesker. Håper resten av Norge blir like glad i #dalenmin" <3 " Marian A. Hussein på Twitter

Denne responsen kunne indikere at der blant mange i Groruddalen var en begeistring og et behov for å bli sett med andre "briller" enn de stereotypiske. Mange uttrykte en glede over å kunne få vise frem andre sider ved "deres dal" enn de sidene som ofte blir trukket frem i nyhetsmediene.

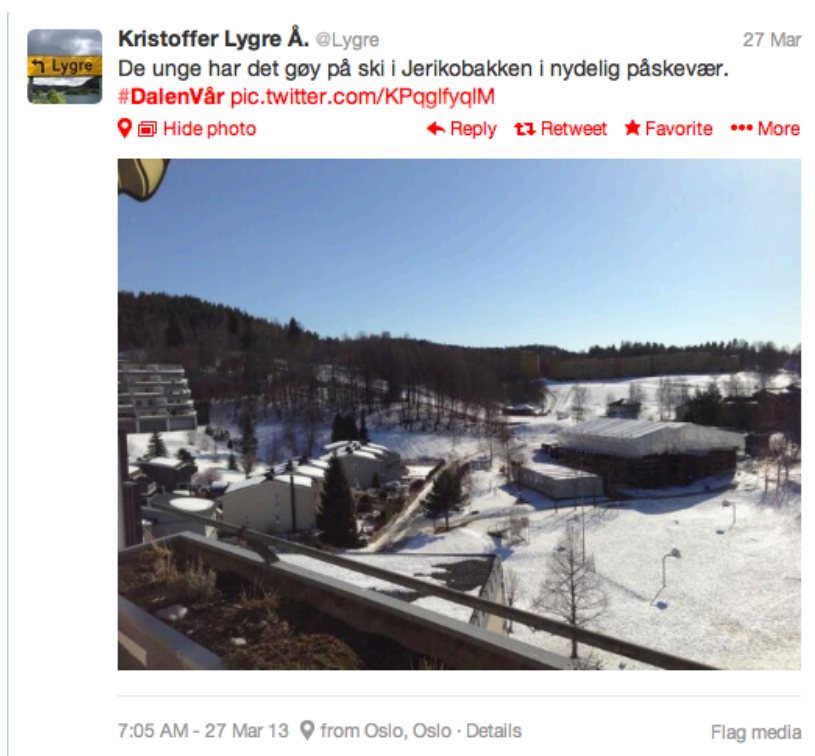
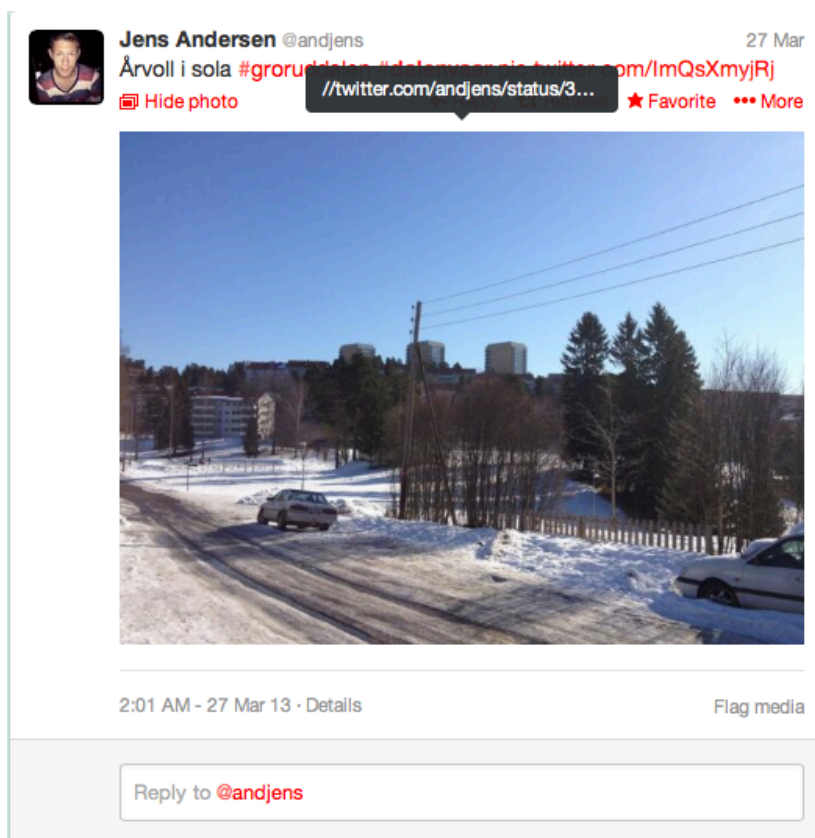
Seerne ble også oppfordret til å sende inn egne bilder av Groruddalen til vår Facebook-side og Instagram-konto.



Figur 23: Innsendt av Sofie B. Sæter, innflytter i dalen, til "Dalen vår"s Facebook-konto.

Dette bildet av dalen i soloppgang var en av mange bilder som ble sendt inn til Facebook-kontoen "Dalen vår".

Mange ble inspirert til å vise frem sitt eget nærmiljø i Groruddalen, både på Instagram, Facebook og Twitter.



Figur 24 Og 25: Lenker til seernes egne Instagram-bilder. Skjermdump fra Twitter-respons.

For andre fremkalte tv-serien minner fra en dal de hadde flyttet fra.



Figur 26: Skjermdump fra Twitter-respons.

Og vi mottok også kjærlighetserklæringer til Groruddalen i form av et dikt skrevet av en miljøarbeider fra Veitvet:

Dalen vår

Alt du tåler og alt du favner
folder deg ut i din vakreste drakt
gjestfri og raus alltid på vakt

Alt du hører og alt du ser
når de raser forbi i ditt innerste rom
folksomt, pulserende aldri tom

Alt du føler og alt du orker
når mobben hyler og roper i kor
da fester du grepet, vokser deg stor

Alt du synger og alt du danser
i hjertets takt og fremtidens ånd
varsomt, forsiktig knyttes det bånd

Alt du skaper og alt du fremmer
verden har flyttet inni din sjel
brikkene legges, du har blitt hel

For du er født til å takle det meste
morgendagen skapes hos deg
mange ble, andre reiste sin vei

Kjærlig sender jeg varme tanker
når millioner av lys tennes hver kveld
her kan jeg puste, være meg selv

Du skal ikke knekkes av redsel og frykt
så len deg tilbake og slikk dine sår
vakre, fantastiske dalen vår "

Takk Trude!

Figur 27: Skjermdump fra Facebook-respons, "Dalen vår NRK".

5.2.3. "Dalen vår" bekrefter fordommer

Men det var langt i fra alle som var fornøyde. Vi fikk også tilbakemeldinger fra groruddøler som absolutt ikke kjente seg igjen i vår fremstilling av "dalen deres".

Hvor var alle ildsjelene, for eksempel? De fantastiske menneskene som jobbet dag og natt og som brant for lokalmiljøet. Hvor var idrettslaglederen, læreren, den frivillige miljøarbeideren? Hvor var alle de fine vaffelstekende damene på idrettsstevner?

"Dalen vår" bekreftet bare fordommer, mente enkelte. Walid var en skoletaper, Hoodo en dame i flagrende gevanter som solgte skrot fra Dubai og det faktum at Masood var leder for et fotballag var ikke nok. Noen savnet mer eldre historie fra dalen, fra før krigen og fra tiden da innvandrerne kom.

"Serien er sikkert artig å se på for folk fra fjernere steder i landet, som Frogner og Finnmark og Røa og Rogaland og slikt. Slik at de kan få bekreftet sine fordommer. For oss som bor her er den litt virkelighetsfjern. Jeg synes historie, natur og kultur er viktig for min identifisering med nærmiljøet mitt. Groruddalen var ikke folketom før innvandrerne kom på 70-tallet slik man kan få inntrykk av", Christine Rosenqvist på Facebooksiden "Dalen vår NRK".



Figur 28: Skjermdump fra Facebookdiskusjon, "Dalen vår NRK".

Det provoserte åpenbart at tittelen på serien var "Dalen vår", da en del ikke opplevde at det var "deres" dal vi viste.

Følgende respons fanget vi opp i en lukket Facebook-gruppe: "Du vet du er fra Kalbakken/Grorud når...". Gruppen har 1627 medlemmer (pr 29.11.2013)", de aller fleste etnisk norske nordmenn.

Medlem 1: "Jeg tror vi egentlig er noe frustrerte over at de ikke viser mer av det som VAR, de fantastiske stedene vi vokste opp på - det utrolige miljøet hvor nesten alle kjente alle osv. osv.! Det var vår "dal", våre steder - våre barndomsparadis :o))

Medlem 2: "Jeg gjentar spørsmålet: Hvem er i målgruppa for programmet? Det jeg har sett av serien, sementerer solid alle fordommer folk som aldri har vært der eller bodd der har om Groruddalen. Dalen vår - vel, hvem er vi (vår)?"

*Medlem 1: "Ja hvem er VI **? Jeg tenker Vi er de av oss som vokste opp her før fordommene vokste langt utover virkeligheten" (Anonymisert, 2013).*

Denne responsen oppfattet jeg som et uttrykk for en slags identitetskonflikt i dalen, en parallell til den identitetskonflikten som pågår i Norge som helhet. En naturlig reaksjon når mange ulike kulturer flytter inn på et område i løpet av relativt kort tid. Det blir vanskelig å forsone seg med at alle disse "fremmede" skal inkluderes i det lokale "vi"-et – også i Groruddalen. Debatter om hva som er typisk Groruddalen blir ekstra viktig og følelsesladet, enkeltes forhold til lokal historie og lokale røtter blir sterke. Å se en samtidshistorie som "Dalen vår" som inkluderer mennesker med så mange ulike etniske bakgrunner kan være provoserende.

5.2.4. For mange innvandrere i "Dalen vår".

Ikke overraskende fikk vi også høre at vi hadde for mange innvandrere i serien, og for få etnisk norske deltagere.

Et medlem av Facebookgruppa "Du vet du er fra Kalbakken/Grorud når.." skriver at serien "burde gått på Migrapolis sine sendetider". I kommentarfeltet under får han umiddelbar respons: "Hvorfor det?"

Denne responsen fikk jeg også fra en journalist i Finansavisen da jeg ble intervjuet om serien: *"Du kunne laget tv-historie" men i stedet laget du "Migrapolis for voksne. Hvorfor?"*

Det er interessant å reflektere over; hvorfor sier de dette? Tv-serien speiler rimelig godt fordelingen mellom etnisk norske og mennesker med innvandrerbakgrunn som bor i dalen. Hvorfor mener enkelte at disse "nye" groruddølene skal henvises til et eget flerkulturelt program? Hvorfor ikke inkludere dem inn i en historie om Groruddalen, når de bor der? Mange av dem er født og oppvokst i Norge. Er det slik at nordmenn med innvandrerbakgrunn må plasseres innafor sitt eget topos, sin egen tv-sjanger i våre mediefortellinger om Norge, og hvor lenge skal de være plassert der?

Da jeg av lokalavisa Akers Avis Groruddalen ble bedt om å kommentere kritikken svarte jeg: *"..Grete og Bjørn, Heidi og Louise som etnisk norske, og Walid, Masood og alle jentene i dansegruppa som er født og oppvokst i Norge. Hoodo er eneste innvandrer, som kom fra Somalia på begynnelsen av 90-tallet. – Har vi flere innvandrere enn norske I serien?" (Faane, 2013)*

5.2.5. "Dalen vår" – virkelighetsfjern og snill

Allerede før sending, og basert på et avisoppslag med Grete og Bjørn i Akers Avis Groruddalen, var document.no og signaturen RUBB ute med en spådom om hva serien kom til å handle om.

"Den handler om Groruddalen og ser ut til å ha en vinkling på hva som er positivt i den multikulturelle dalen. En dal som etniske nord-menn forlater".

"På baksiden av samme avis får vi nok en gang et innblikk i en brutal virkelighet i Groruddalen. Poli-tiet advarer mot lommetyver på buss-linje 31. De opplyser om at slåssing, ran og tyverier er vanlig på denne bussru-ten gjennom Groruddalen.

"Det er å anta at det skal mer til enn fin natur og kaféer for at folk skal trives." RUBB.

Verken journalisten i Akers Avis Groruddalen eller RUBB hadde på dette tidspunktet sett tv-serien.. Avisoppslaget inneholdt et intervju med de to pensjonistene som fortalte hvor mye godt de hadde sagt om Lillomarka. Regissøren var ikke intervjuet.

Men det var debatten om den *"etniske norske gutten"* som imidlertid fikk mest oppmerksomhet i nasjonale medier. Den ble startet av Marius Sørvik, en ung groruddøl og filmskaper. Sørvik var med i den innledende castingprosessen, men ble ikke valgt ut blant annet fordi han hadde en agenda med å være med.

Sørvik gikk hardt ut, både på Twitter og via leserinnlegg på Dagsavisen, debattsider og hevdet at *"Dalen vår"* var *"virkelighetsfjern"* og for positivt vinklet. Han etterlyste *"den etniske norske gutten"* som følte seg under press fra innvandrerjenger.

"..dere har vinklet serien for positivt. I tillegg er serien for politisk korrekt hva det gjelder etnisitet.."



Figur 29: Skjermdump fra Facebookdiskusjon *"Dalen vår NRK"*.

På Dagsavisens debattsider skriver han:

*” **Den populære** frasen Kampen om Groruddalen er egentlig kampen om hegemoniet i integreringsdebatten. Jeg, som veldig mange andre, er fullstendig klar over at landet har blitt et offer for fremmedspråklig kultureksport. Ikke at det utelukkende skal forbindes med noe negativt, men hvorfor skal vi bli blindet av makten, og ikke få vist fram statistiske fakta i beste sendetid, på statskanalen?*

***Den nye NRK-serien** «Dalen vår» tar opp alt annen enn den mørke siden, problemene, gjengkulturen og rasismen. Det er sannsynligvis den mest virkelighetsfjerne serien som er vist på norsk TV” (Sørvik, 2013).*

Denne kritikken svarte vi på, og debattinnleggene som fulgte (de var ganske mange) var både positive til ”dalen vår” og svært negativ. Enkelte debattanter som ikke hadde sett serien kom med uttalelser som at regissøren oppførte seg som *”en fiende av den hvite rase”* (Sørvik, 2013). Denne typen kommentarer kommer jeg ikke til å gå inn på her, men det ble generert en del av dem i tråden.

Debatten førte til at redaktør Helge Øgrim i fagbladet ”Journalisten” fattet interesse. Han var en av dem som var kritisk da han så serien, og på Twitter uttalte han *” @dalenvaar sett første 3. mye å like, men merkelig stivt og regissert. konfliktløst så langt. litt kjedelig. mye fine folk. faktatynt.”*

Han stilte spørsmålet hvorvidt karakterenes ”replikker” i ”Dalen vår” var regisserte.. Det vil si, at de hadde fått fortalt hva de skulle mene og si.

Tidligere har Øgrim vært svært kritisk til NRKs håndtering av romkvinnesaken.

”Dalen vår”-redaksjonen imøtegikk denne kritikken direkte på Twitter, inviterte Øgrim, Sørvik og andre over til sin Facebook-side og fortsatte diskusjonen der. Vi forklarte at vi ikke hadde regissert hovedpersonene våre, og at ”stivheten” Øgrim siktet til kanskje kunne komme av en selvbevissthet foran kamera.

Øgrim ba deretter om et intervju med regissør, og resultatet ble et oppslag som fikk bade forside og hele midtsiden i "Journalisten". I dette intervjuet opplevde regissør at mediekritikken bak serien fikk komme godt fram.

"Det feige ville være å fortelle en historie folk forventet å få høre"

"Hva er det med vår medieomtale av Groruddalen som gjør at det vekker oppsikt å lage en hverdagshistorie derfra?" (Øgrim, 2013)



Figur 30: Oppslag "Journalisten" 12 April 2013.

5.2.6. Hverdagsliv fra Groruddalen. spennende nok?

Og så avslutningsvis, hva slags respons fikk vi på våre dramaturgiske valg? Som nevnt hadde vi valgt å fokusere på andre typer konflikter enn den tradisjonelle nyhetsdramatikken.

Underveis i første sending fanget redaksjonen opp en tweet fra Gerhard Helseth. Helseth er en journalist/programleder som jo er kjent for å være kritisk, tabloid og direkte. Hans respons overrasket oss noe. Jeg hadde nok sett for meg at han ville kunne kritisere starten for å være kjedelig, siden vi hadde dempet konfliktnivået i 1 episode. I stedet sammenlignet

han "Dalen vår" med "Der ingen skulle tru at nokon kunne bu" (NRK) – men sa vår serie var "mer relevant". Jeg oppfattet dette som en honnør siden vi ønsket å fortelle om et samtids-Norge, og ikke et innvandrers-Norge.

Den profilerte samfunnsdebattanten Kadra Yusuf var også ute med noen tweets ved første sending. *"Du må digge ungdommene fra @dalenvaar. Attitude."* Her var det tydeligvis noe gjenkjennelse fra egen oppvekst i Oslo. Og jeg tolket ut av dette at vi hadde lykket med å vise frem de unge i serien som vanlige ungdommer fra Norge, ikke som innvandrere fra Marokko (Walid) eller Zimbabwe og Nigeria (Massive Riddim). Det var ikke innvandrerspørsmål som sto i fokus, men vanlige Oslo-boeres liv.

Hennes neste tweet indikerte at hun hadde skjönt dette: *"Så poenget med "Dalen vår" er å vise at Groruddalen er som alle andre steder? ☺ Visste ikke folk det?"*.

Yusuf ble tydeligvis litt overrasket over vinklingen, og det tolket vi også som positivt. Hun er selv født og oppvokst i Oslo og for henne er den virkeligheten vi viste kjent, men kanskje ikke for andre som bare leser om Groruddalen i avisene. Det var vår teori. Responsen på hennes tweet tydet på at vi hadde hatt noe rett i det.

"Nope-tror dessverre ikke folk veit det.." Vibeke Vesterhagen @Twitter

"@yusufkadra hehe, nei mange tror det er Hollywood versjonen av Bronx. Derfor er #Dalenvår i grunn bra" Gerhard Helskog @Twitter.

"@yusufkadra #dalenvår vil nyansere bildet av fordommer (jubler) men det er definitivt ikke hvilket som helst sted i Norge." Anders Finslo @Twitter.

Men der var også de røster som syntes serien var for konfliktløs og kjedelig. Mange hadde nok forventet seg mer action og spenning fra en dal som Groruddalen..

En anonym kommentator skriver følgende på forum.kvinneguiden.no sine debattsider i en debatt med følgende navn: "Dalen vår – bedriver NRK Propaganda".

"Serien er dårlig. Den er kjedelig, men den er ikke noe propaganda. ..dette var en hverdagsliv dokumentar og den viste helt klart hvor kjedelig hverdagslivet er her på Groruddalen. Jeg bor på Stovner, og jeg må vel innrømme at serien var kjedelig men det passet vel litt mer hvordan det er her: kjedelig". (Anonym, 2013).

"Litt keisam slik-lever-dei-der-fjernsyn. Men nokre intr innslag om utviklinga #dalenvår" Berit Rekkve @twitter.

Andre igjen ga uttrykk for mer positive holdninger:

"For de som bor der er Groruddalen likevel "vår dal". Ser på @dalenvår. Utskjelt og kritisert i mediene, elska av folka" Seher Aydar @twitter.



Figur 31: Skjermdump Twitter-respons.

5.2.6.1. Avsluttende om So-Me

Satsingen på Sosiale Medier skulle til tross for sitt beskjedne omfang vise seg å bli svært viktig for "Dalen vår" –prosjektet. Hadde vi startet tidligere i prosessen med å legge ut bilder fra produksjonen, inkludere publikum i prosessen og sanke følgere, hadde vi nok nådd ut til mange flere. Det tar lang tid å bygge en ordentlig base tilhengere og innarbeide en hashtag.

Likevel spilte So-Me-satsingen en vesentlig rolle i forhold til det å skape oppmerksomhet rundt serien.

Det var gjennom Twitter vi kunne få kontakt med seernes reaksjoner, det var der vi kunne fange opp kritikk og svare på den. Vår tilstedeværelse hadde nok noe å si for retninga debatten tok.

Som redaksjoneleder Anne Ardem konkluderte i sin So-Me-rapport

”Vi mener å slå fast at diskusjonene har blitt mindre ondsinnede og stygge fordi vi har vært aktive med å svare, være tilstede. At noen «voksne er hjemme» virker modererende. Også det faktum at vi kan ta imot kritikk, skru litt av den klassiske NRK-arrogansen nok mange opplever vi har.” (Ardem, 2013)

Det var via diskusjoner på twitter journalister som Helge Øgrim i Journalisten ble interessert i serien. Slik fikk ”Dalen vår” mer oppmerksomhet gjennom So-Me enn den ville ha fått uten. Muligheten for en bevisstgjøring og en diskusjon om de mediekritiske tankene bak fikk komme frem på denne måten.



Figur 32: Helge Øgrim kritiserer. Skjermdump Twitterresponser/diskusjon.

Resultatet av Helge Øgrims interesse ble en forside og en midtside i fagbladet ”Journalisten”. De mediekritiske tankene bak ”Dalen vår” ble lest av de riktige ”mottagerne”: journalistene.

Vi opplevde med andre ord i sum at det ikke var så farlig med åpenhet. Tvert imot ble publikummet vårt positivt overrasket, og tok det imot med interesse. Og kritikk. Kritikk var heller ikke farlig, så lenge det skjedde på steder vi også var og at vi kunne komme i dialog og delvis besvare den.

Og responsen ble forbausende stor. Så stor at NRK Østlandssendingen i etterkant etablerte en utstilling basert på publikums egne bilder og tekster fra Groruddalen (Sæteren, 2013).

"Noen mener Groruddalen er det beste eksemplet vi har på framtidens Norge. Andre mener det motsatte. Folk flest i dalen tenker imidlertid mest sin egen vei videre. Slik det alltid har vært – helt siden dalen var et stille bondesamfunn" sitat programomtale ep 6:6 (Brun, 2013a).

6. Konklusjon

I denne praktisk-teoretiske masteroppgaven har jeg forsøkt å vise hvordan vi i produksjonen av "Dalen vår" gjorde grep for å bringe friskhet og innovasjon inn i ei fortelling om Groruddalen, og om et Norge som ikke lenger bare består av etnisk hvite nordmenn.

Jeg har benyttet meg av medievitenskapelige teorier og teknikker knyttet til retorikk og diskurs for å synliggjøre hvilke grep vi faktisk gjorde. Jeg har forsøkt å vise hvilke dilemmaer som oppsto i et forsøk på å tenke nytt innafor NRKs produksjonsrammer, innafor en etablert og ladet innvandringsdiskurs og innafor etablerte tv-sjangre.

Hvordan gikk så dette? Var ambisjonen vår om å lage "en ny norsk tv-historie" en luftig og blåøyd utopi, eller var den mulig å gjennomføre med suksess i dagens NRK og i dagens Norge?

Vi klarte å gjennomføre produksjonen av "Dalen vår", vi kom i mål både budsjettmessig og tidsmessig. Og tv-serien ble på mange måter en suksess. Målt opp i mot seertall, gjorde vi det bra. Seertallene var stabile og relativt høye. Det var liten grad av frafall i løpet av sendeperioden. Responsen på sosiale medier var også god, i forhold tidspunktet vi satte den i gang samt omfanget på satsingen.

Og vi greide å generere en viss debatt, vi vekket interesse hos mediekritiske journalister, og vi fikk mulighet til å forklare tanken bak tv-serien. Klarte vi det vi satte oss fore, å lage "en ny norsk tv-serie", en ny og moderne type fortelling om et urbant stykke Norge? En samtidsserie?

Hadde ikke NRK Østlandssendingen satt i gang So-Me-satsingen hadde det vært vanskelig å si noe om dette. Det var et avgjørende trekk for å klare å gjennomføre ambisjonen. Vi høstet mye ros for at vi gjorde Groruddølinger stolte, at vi speilet en bredde i Groruddalen, og for at vi viste frem et annet mediebilde enn nyhetsjournalistikken. Vi fikk ros for at serien var morsom og for at karakterene var engasjerende og fine.

Men vi fikk også mye kritikk. Både fra de som mente at den bekreftet fordommer, og de som mente den var for blåøyd og snill. For mange filmskapere og TV-seere er også Groruddalen

med sine store motsetninger og dramaturgiske muligheter en våt drøm. Konflikt og friksjon er ofte hovedelementer i de beste historiene, og vi fikk kritikk for å være for "kjedelige".

Men selv dette faktum, at kritikken kom fra så mange ulike hold er for meg et tegn på suksess, at vi som team gjorde noe riktig. Vi hadde lyktes i å gjøre serien åpen. I castingen valgte vi bort alle de som hadde en eller annen politisk "agenda" med å være med i serien. Vi la få føringer ved hjelp av kommentar. Tv-seriens åpenhet gjorde det mulig å for hver enkelt seer å kunne tolke sine egne agendaer og sine egne holdninger inn i den. Ikke minst når det gjaldt identitet, knyttet til det å være fra Groruddalen og til det å være norsk. Hvem er "vi" og hvem er "de andre". Hvor skal vi sette de retoriske grensestolpene og identitetsmarkørene for hvem som har rett til å kalle Groruddalen "Dalen vår" og hvem skal inkluderes inn i det norske "vi"-et?

I sosiale medier fikk vi mye respons fra nordmenn med innvandrerbakgrunn. Både Kadra Yosuf, Seher Aydar med fl. så ut til å oppleve at serien også var noe de kunne identifisere seg med. Enkelte bidro med egne bilder av lokalmiljøet. Det kan synes som om vi greide å oppnå en større naturalisering av "de andre" ved å gi nordmenn med innvandrerbakgrunn i Groruddalen en følelse av å være groruddøl. Riktignok er det vanskelig å konkludere noe på bakgrunn av noen tweets og Facebook-meldinger, men kanskje kan responsen gi en indikasjon på hvorvidt der i Norge finnes en ny og ung generasjon som er klar for historier som "Dalen vår".



Figur 33: En seer lar seg inspirere og deler egne bilder fra Groruddalen. Skjermdump Twitterrespons.

Men når det gjelder ambisjonene våre om å frigjøre oss fra innvandrerdebattens etablerte stigmaer og konflikter lyktes vi ikke 100% . Vi måtte moderere oss underveis i produksjonsprosessen , og vie noen enkeltscener og en egen episode til de tradisjonelle innvandringskonfliktene. Hadde vi ikke gjort det hadde vi nok fått langt hardere kritikk i

forbindelse med sending. Vi klarte ikke å frigjøre oss helt fra dagens diskurs om innvandring i Norge. Vi var nødt til å forholde oss vår samtidige konteksten, det tvang seg frem.

Konklusjonen er at "New York"-toposet og teknikkene knyttet til retorisk innovasjon ikke gjorde oss i stand til å flytte identitetsmarkørene "Vi" vs. "Oss og dem" så langt at "Dalen vår" ble en historie som også kunne vært sendt i en by som "New York" (naturlig nok). Men de hjalp oss til å bringe nye og friske tanker og inn i tv-produksjonen. Responsen tyder på at tv-serien har innovative elementer.

Og så til slutt. Er det mulig å være metodisk innovativ på denne måten i andre TV-produksjoner. Kunne jeg ha brukt Ulmers CATtTt-metodikk fra begynnelsen av, i en annen TV-produksjon?

Ja det tror jeg. TV-bransjen er stadig på jakt etter friske nye konsepter, og jeg tror Ulmers bruk av topikk i retorisk innovasjon kan være en nyttig måte å generere nye perspektiver på.

Det er veldig lett å låse seg i de sjangerkriterier og den diskurs som er rådende i et samfunn eller i et miljø. Sjangermessige og institusjonelle rammer gjør at man går i sirkler og produserer historier som bekrefter allerede rådende oppfatninger og fordommer. Ved å kombinere konvensjoner fra ulike miljøer, diskurser og "steder" kan man bringe friskhet og nyteknisk inn i TV-sjangeren og i inn i samfunnsdebatten.



Figur 34: Masood og Mamoonas datter Aisha som nyfødt. Skjerm bilde fra ep.6.

7. Litteraturliste

- ALGHASI, S., EIDE, E. & ERIKSEN, T. H. 2012. *Den globale landsbyen - Groruddalen og Det Nye Norge*, Oslo, Cappelen Damm.
- ANDERSEN, B. & BRATBAKK, I. 2010. Ghetto eller idyll. *Aftenposten*.
- ANDERSON, B. 1991. *Forestilte Felleskap*, Spartacus Forlag.
- ANONYM. 2013. *Dalen vår - bedriver NRK propaganda* [Online]. Available: <http://forum.kvinneguiden.no/index.php?showtopic=743639> [Accessed 30.11 2013].
- ANONYMISERT. 2013. *Du vet du er fra Kalbakken/Grorud når..* [Online].
- ARDEM, A. 2013. Rapport So-Me DKOA. Oslo
- Norway: NRK.
- ARISTOTLE 2011. *Rhetorics*. Charles River Editors.
- BACKMAN, M. & MCKEON, R. 1987. *Rhetoric: Essays on Invention and Discovery*.
- BARTHES, R. 1997. *Rhetoric of the Image*. Available: <http://stylecaster.com/posing-for-photos/> [Accessed 23.11.2013].
- BIAMONT, A. 2011. Det Nye Norge trenger en nytt NRK. *Utrop* [Online]. Available: <http://www.utrop.no/Plenum/Kommentar/21415> [Accessed 08.04.2013].
- BIØRNSTAD, A. 2013. "De" er nå "vi". *NRK Torget* [Online]. Available: <https://vpn.nrk.no/vdesk/index.php3?Z=11,4> [Accessed 08.04.2013].
- BJERKAAS, H.-T. 2011. Eg er alle ein stor takk skuldig. *NRK Torget* [Online]. Available: <https://vpn.nrk.no/vdesk/index.php3?Z=11,4> [Accessed 08.04.2013].
- BJERKAAS, H. T. 2012. Intervju med Hans Tore Bjerkaas.
- BJØRNSSEN, G. 2011. Investigators or integrators? Broadcast Journalists Covering Multicultural Norway. In: EIDE, E. & NIKUNEN, K. (eds.) *Media in Motion*. Surrey, England: Ashgate Publishing Limited.
- BJØRNSSEN, G. 2012. The multicultural mission in public service broadcasting.
- BRUN, E. 2011. Den Nye Norske TV-Historien - Et nytt programkonsept innen flerkultur. NRK.
- BRUN, E. 2012a. Formbibel "Dalen vår". NRK.
- BRUN, E. 2012b. Logg produksjon. NRK.
- Dalen vår*, 2013a. Television series. Directed by BRUN, E. Oslo: NRK Østlandssendingen.
- BRUN, E. 2013b. Jakten på den Nye Norske TV-Historien.
- CHRISTIANSEN, L. 2009. *10 år med nye tanker* [Online]. Available: <http://www.regjeringen.no/en/dep/bld/kampanjer/familia/familia-42007/diverse-saker/migrapolis---10-ar-med-nye-tanker.html?id=535256> [Accessed 01.12 2013].
- CICERO, M. T. A DIALOGUE CONCERNING ORATORICAL PARTITIONS. . *The Orations of Marcus Tullius Cicero*
- . London: G. Bell and Sons.
- EIDE, E. 2002. *Down here and up there*, Oslo
- Norway, Faculty of Arts
- University of Oslo
- .
- EIDE, E. & SIMONSEN, A. H. 2004. *Å se verden fra et annet sted. Medier, norskhet og fremmedhet*, Oslo, Cappelen.
- EIDE, E. & SIMONSEN, A. H. 2007. *Mistenkelige utlendinger*, Norge, Høyskoleforlaget.

- EIKELAND, O. 2013. Innvandringen er vår snillisme og idioti. *E24*.
- FAGERJORD, A. 2012. Design som medievitenskapelig metode. *Norsk Medietidsskrift*.
- FAANE, E. T. 2013. -Dette er en samtidsserie. *Akers Avis Groruddalen*.
- GJEDDE, C. T. & ANDERSEN, K. 2010. Drøm fra Disneyland. *Aftenposten* [Online]. Available: <http://www.aftenposten.no/meninger/kronikker/article3783373.ece-.UjwtdBaW5jG> [Accessed 20.09.2013].
- HAUG, O. 13.04 2012. *RE: Logg uke 15*. Type to BRUN, E.
- HOFFENGH, S. 2007. Skriver om medierasisme. *Dagsavisen* [Online]. Available: <http://www.dagsavisen.no/kultur/skriver-om-medierasisme/> [Accessed 08.04.2013].
- KARLSEN, S. G. 2013. Dette gjør charter-Svein når han ikke er på sydentur. *Dagbladet*.
- LIESTØL, G. 2013. Topics of Innovation: Towards a Method of Invention and Innovation in Digital Media Design. In: STORSUL, T. & KRUMSVIK, A. H. (eds.) *Media Innovations; a multidisciplinary study of change*. Gøteborg: Nordicom
- Göteborgs Universitet.
- LIEUNGH, E. 2011. PR-byrå med kritikk av Snøballkrigen. *NRK* [Online]. Available: <http://www.nrk.no/nordnytt/pr-byra-med-kritikk-av-snoballkrig-1.7487859> [Accessed 01.12.2013].
- LOUHIBI, L. 2012. Vokt dine ord. *Morgenbladet*, 27.07 -02.08.
- LUNDGAARD, H. 2009. Vil busse elever for å sikre blanding. *Aftenposten*.
- MCKCEE, R. 1997. *Story*, New York, Harper-Collins Publishers.
- MILLER, C. 2000. The Aristotelian Topics. In: A.G.GROSS & W.KEITH (eds.) *Rereading Aristotle's Rhetorics*. Carbondale IL: Southern University Press.
- NICHOLS, B. 1991. *Representing reality*, Indiana, USA, Indiana University Press.
- NRK. 2011. *Folkets Mediehus; Ny langtidsstrategi* [Online]. Oslo
- Norway: NRK. Available: <http://www.nrk.no/aarsrapport/2011/mediehuset-nrk> [Accessed 26.11 2013].
- NRK. 2012. *Fjellfolk* [Online]. NRK. Available: <http://www.nrk.no/programmer/sider/fjellfolk/> [Accessed 02.04. 2013].
- NRK. 2013. *Dalen vår NRK* [Online]. Facebook: NRK Østlandssendingen. [Accessed 01.12.2013 2013].
- NYRE, L. 2012. Offentlig mediedesign. *Norsk Medietidsskrift*.
- PERELMAN, C. 1979. The New Rhetoric; a theory of practical reason. *The New Rhetoric and the Humanities*. University of Belgium
- Netherlands: Springer Netherlands.
- REDAKSJONEN. 2010. Myten om det objektive blikket. *Rushprint* [Online]. Available: <http://rushprint.no/2010/12/myten-om-det-objektive-blikket/> [Accessed 01.12.2013].
- ROSNES, O. 04.04. 2013. *RE: Bakgrunn Dalen*. Type to BRUN, E.
- RUBB. 2010. *Særordninger for eldre fremmedkulturelle forsvares* [Online]. Available: http://www.document.no/2010/09/saerordninger_for_eldre_fremme/.
- SAID, E. 1978. *Orientalism*, New York, Pantheon.
- SIMONNES, K. 2012. Har samfunnsdebatten forandret seg etter 22 juli? *Morgenbladet* [Online]. Available: http://morgenbladet.no/samfunn/2012/har_samfunnsdebatten_forandret_seg_etter_22_juli-.UptiZxY7SNU [Accessed 01.12.2013].
- SKIRBEKK, S. 2011. Nasjonalisme etter 22 juli. *Dagbladet* [Online]. [Accessed 01.12.2013].

- SLETTTHOLM, A. 2011. Advarer mot terror fra Groruddalen. *Aftenposten/Osloby*.
- SNL. 2013. *dokusåpe* [Online]. Store Norske Leksikon. Available: <http://snl.no/dokus%C3%A5pe> 2013].
- SPRÅKRÅDET. 2013. *Om etniske og andre nordmenn* [Online]. Available: <http://www.sprakradet.no/Toppmeny/Aktuelt/Likestillingsombudet/Svar/> [Accessed 24.11.2013].
- SSB. 2013. *Innvandrere og norskfødte med innvandrereforeldre 1.januar 2013* [Online]. Available: <http://www.ssb.no/innvbef/> [Accessed 01.12 2013].
- STROUPE, C. 2013. *Theory of the Manifesto; CATTt* [Online]. Available: <http://www.d.umn.edu/~cstroupe/ideas/cattt.html> 2013].
- STØRE, J. G. 2007. Det nye norske vi. *Aftenposten* [Online]. Available: <http://www.aftenposten.no/meninger/kronikker/article1761653.ece-.UUxqG2B8DKI> [Accessed 2012].
- SÆTEREN, L. 2013. *Utstilling - #dalenvaar* [Online]. Deichmanske Bibliotek. Available: <http://www.deichman.no/arrangement/utstilling-dalenvaar> [Accessed 30.11.2013 2013].
- SØRVIK, M. 2013. *Kampen om Groruddalen* [Online]. Available: http://www.dagsavisen.no/nyemeninger/alle_meninger/cat1003/subcat1010/thread270615/ [Accessed 30.11 2013].
- THERKELSEN, H. 2010. SV-topp går inn for bussing av skoleelever. *Vårt Land*.
- TORRES, M. A. N. 2013. Mangfoldets stemme. *NRK Intranett/Torget* [Online]. Available: <https://vpn.nrk.no/vdesk/index.php3?Z=0,4>.
- ULMER, G. 1994. *Heuretics, The Logic of Invention*, Baltimore and LONDON, The Johns Hopkins University Press.
- URI, H. 2007. Når tramper vi på hvem? *Aftenposten* [Online]. Available: <http://www.aftenposten.no/kultur/article1977933.ece> [Accessed 26.11.2013].
- ØGRIM, H. 2013. Stigmatisert dal. *Journalisten*.
- ØSTLANDSSENDINGEN, N. 2013. Dalen vår NRK. *Instagram*.
- AAMAS, K. O. 2011. Syv punkter om det nye Norge. *Aftenposten* [Online]. Available: http://www.aftenposten.no/meninger/kommentarer/Syv-punkter-om-det-nye-Norge-6712832.html-.Ujwx_haW5jE [Accessed 20.09.2013].